

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**



**Incentivos institucionales y calidad del servicio en la  
Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022**

**TESIS**

**Para optar el grado académico de Maestra en Gestión Pública**

**Autora: Joselyn Eleane Campaña Hidalgo**

**Tumbes, 2023**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## ESCUELA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA



## Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Merino Velásquez, Jesús (presidente)

Dr. Álamo Barreto, José Viterbo (secretario)

Mg. Gonzalez Vega, César Eduardo (miembro)

Tumbes, 2023

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**



**Incentivos institucionales y calidad del servicio en la  
Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido  
y forma:**

**Br. Campaña Hidalgo Joselyn Eleane (Autora)**

**Mg. Ecca López Orlando Sigifredo (Asesor)**

**Tumbes, 2023**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**

Licenciada

Resolución del Consejo Directivo N° 155-2019-SUNEDU/CD

**ESCUELA DE POSGRADO**

Tumbes – Perú

## ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

En Tumbes, siendo las diecisiete horas del diecisiete de febrero del dos mil veintitres, se reunieron mediante la modalidad virtual por la plataforma videoconferencia Zoom, los miembros del jurado conformado con la Resolución N° 551-2022/UNTUMBES-EPG-D, del dieciséis de diciembre del 2022: Dr. Jesús Merino Velásquez (presidente), Dr. José Viterbo Álamo Barreto (secretario), Mg. César Eduardo Gonzales Vega (vocal), para proceder al acto de sustentación y defensa de la tesis titulada **Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022**, presentada por la Bachiller **Joselyn Eleane Campaña Hidalgo** para optar el grado académico de Maestra en Gestión Pública.

Actuó en la condición de asesor, el Mg. **Orlando Sigifredo Ecça López**

Concluido el acto de sustentación y defensa, absueltas las preguntas formuladas y efectuadas las correspondientes observaciones, el jurado calificador decidió declarar: **APROBADA** la tesis, por unanimidad con el calificativo de **MUY BUENA**, en conformidad con lo normado en el artículo 91. del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las dieciocho horas y diez minutos, del mismo día se dio por concluido el indicado acto académico y en expresión de conformidad se procedió a la suscripción de la presente acta.

Tumbes, 17 de febrero de 2023.

Dr. Jesús Merino Velásquez  
DNI N° 00240035  
Código ORCID N° 0000-0003-3301-4487  
Presidente)

Dr. José Viterbo Álamo Barreto  
DNI N° 41057014  
ORCID N° 0000-0003-4459-1765  
(Secretario)

Mg. César Eduardo Gonzáles Vega  
DNI N° 18118539  
Código ORCID N° 0000-0003-0562-8262  
(Vocal)

Mg. Orlando Sigifredo Ecça López  
DNI N° 02679361  
ORCID N° 000-0003-2672-7171  
(Asesor)

# Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

por Joselyn Eleane Campaña Hidalgo



Mg. Orlando Sigifredo Ecca López  
ORCID: 0000-0003-2672-7171  
Asesor

---

**Fecha de entrega:** 25-ene-2023 10:40a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1999177501

**Nombre del archivo:** TESIS\_--2023\_CAMPA\_A\_HIDALGO\_24-01-23-\_TURNITIN\_-OK.docx (158.37K)

**Total de palabras:** 13447

**Total de caracteres:** 74222

# Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	9%
2	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://repositorio.une.edu.pe">repositorio.une.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="https://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="https://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="https://repositorio.unajma.edu.pe">repositorio.unajma.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net">bibliotecaunapec.blob.core.windows.net</a> Fuente de Internet	<1%

  
Mg. Orlando Sigifredo Ecca López  
ORCID: 0000-0003-2672-7171  
Asesor

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

## **Dedicatoria**

A nuestro creador por sus bendiciones en mi vida. A mi esposo por su apoyo incondicional. A mi hijo Emilio, por su gran motivación, para culminar este trabajo académico.

**Joselyn Eleane**

## **Agradecimiento**

A mi Alma Mater, por sus grandes enseñanzas. A los trabajadores de la Municipalidad Provincial del Tumbes, por su gran colaboración en este trabajo de investigación. A mi asesor Orlando Sigifredo Ecca López por su contribución académica.

**Joselyn Eleane**



## INDICE GENERAL

INDICE GENERAL .....	ix
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE ANEXOS .....	xi
I. INTRODUCCION.....	14
II. ESTADO DEL ARTE .....	19
3.1. Bases teórico – científicas.....	19
3.1. Incentivos.....	19
3.1.2. Calidad del servicio.....	24
3.2. Antecedentes .....	26
3.3. Definición de términos básicos.....	30
III. MATERIALES Y MÉTODOS .....	333
3.1. Hipótesis .....	33
3.2. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis.....	34
3.3. Población, muestra y muestreo.....	355
3.4. Métodos, técnicas e instrumentos.....	389
3.5. Procesamiento y análisis de datos.....	402
3.6. Análisis de confiabilidad.....	403
3.7. Definición y operacionalización de variables.....	425
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	458
4.1. Resultados .....	458
4.2. Discusión.....	526
V. CONCLUSIONES .....	58
VI. RECOMENDACIONES .....	59
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	605
VIII. ANEXOS.....	649

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población laboral de la MPT .....	35
Tabla 2: Distribución de la muestra MPT.....	37
Tabla 3: Criterios de decisión de confiabilidad .....	41
Tabla 4: Coeficiente de incentivos institucionales.....	41
Tabla 5; Coeficiente de calidad del servicio.....	41
Tabla 6: Dimensiones e indicadores de estímulo institucional.....	43
Tabla 7: Dimensiones e indicadores de la calidad del servicio.....	44
Tabla 8: Incidencia de los incentivos institucionales en la calidad del servicio .....	45
Tabla 9: Correlación entre los incentivos institucionales y la calidad del servicio ....	46
Tabla 10: Incidencia del dinero en la calidad del servicio .....	47
Tabla 11: Correlación entre el dinero y calidad del servicio.....	48
Tabla 12: Incidencia del reconocimiento en la calidad del servicio.....	48
Tabla 13: Correlación entre el reconocimiento y calidad del servicio .....	49
Tabla 14: Incidencia de la capacitación en la calidad del servicio .....	50
Tabla 15: Correlación entre la capacitación y calidad del servicio.....	51
Tabla 16: Incidencia de las condiciones laborales en la calidad del servicio.....	51
Tabla 17: Correlación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio.....	52

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia .....	65
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables.....	67
Anexo 3: Personal que labora, en Municipalidad Provincial de Tumbes .....	68
Anexo 4: Cuestionario de la variable Incentivos institucionales.....	70
Anexo 5: Cuestionario de la variable calidad del servicio .....	72
Anexo 6: Solicitud de autorización.....	74
Anexo 7: Respuesta a solicitud de autorización .....	75
Anexo 8: Fiabilidad de la variable incentivos institucionales.....	76
Anexo 9: Fiabilidad de la variable calidad del servicio.....	78
Anexo 10: Rho de Spearman y significancia .....	81
Anexo 11: Evidencias de aplicación de encuestas .....	83

## RESUMEN

Con el propósito de determinar la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022; se realizó una investigación aplicada, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. Se trabajó con dos muestras probabilísticas. La primera estuvo constituida por trabajadores administrativos y la segunda por los pobladores de la provincia de Tumbes, aplicándose la técnica de la encuesta, empleándose un cuestionario para cada muestra; a los cuales se determinó su confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. En los resultados obtenidos, se advierte que las dimensiones dinero con 97.2%, reconocimientos con 97.2%, capacitación con 100.0% y las condiciones laborales con 100% tuvieron incidencia en la calidad del servicio del 55.2%. Asimismo, se observó que los incentivos institucionales del 100.0% tuvo una incidencia del 55.2%, corroborándose con el Rho de Spearman de 0.942 que expresa una correlación positiva muy alta, de nivel muy significativo, obteniéndose un p - valúe de  $.0000 < 0.05$ , se acepta la hipótesis general de trabajo.

**Palabras clave:** Incentivos institucionales, motivación, comunicación, calidad del servicio, capacitación, capacidad de respuesta.

## ABSTRACT

With the purpose of determining the incidence of institutional stimuli regarding the quality of the service of the Provincial Municipality of Tumbes, 2022; An applied research was carried out, with a quantitative approach, a non-experimental design and a cross section. Two probabilistic samples were used. The first was constituted by administrative workers and the second by the inhabitants of the province of Tumbes, applying the survey technique, using a questionnaire for each sample; to which their reliability was determined by Cronbach's Alpha coefficient. In the results obtained, it is noted that the dimensions money with 97.2%, recognition with 97.2%, training with 100.0% and working conditions with 100% had an impact on the quality of service of 55.2%. Likewise, it was observed that the institutional incentives of 100.0% had an incidence of 55.2%, corroborating with Spearman's Rho of 0.942, which expresses a very high positive correlation, of a very significant level, obtaining a p-value of  $.0000 < 0.05$ . accept the general working hypothesis.

**Keywords:** Institutional incentives, motivation, communication, service quality, training, response capacity

## I. INTRODUCCION

Actualmente las instituciones públicas, su reputación e imagen es resultado por brindar un buen servicio al usuario, para que ello suceda el personal administrativo debe estar motivado en función a bonificaciones, reconocimiento, capacitación y condiciones laborales a fin de cambie de mentalidad, aseverándose que las buenas relaciones laborales se establecen en la calidad del servicio a los clientes.

“La motivación que involucra estímulos no es un concepto sencillo, sino que se relaciona con diversos impulsos, deseos, necesidades, anhelos y otras fuerzas. Los administradores motivan cultivando un ambiente que induzca a los colaboradores de la corporación a contribuir. En los estudios se ha expuesto que los colaboradores con pocas destrezas quieren factores como seguridad en el trabajo, remuneración, prestaciones, reglas menos restrictivas y supervisores más cordiales y comprensivos. A medida que las personas ascienden por la escala organizacional de una compañía, surgen otros factores que se vuelven cada vez más significativas. Sin embargo, se han ejecutado muy escasas investigaciones sobre el enriquecimiento del puesto de profesionales y administradores de alto nivel”. (Koontz y Weihrich, 2013, p. 316)

Se debe distinguir que identificando estas actitudes o conductas en los colaboradores y, sobre todo, en aquellos que están en contacto directo con los clientes mejora la calidad de servicio que pueden ofrecer. Como es bien sabido, una de las peculiaridades de los servicios radica en la alta intervención del factor humano en el proceso de elaboración y entrega de los servicios. No existe sector de servicios en el que el personal de las empresas distribuidoras no desempeñe un papel predominante y decisiva en la calidad de la prestación. Esto quiere decir que todo esfuerzo que se efectúe para mejorar la calidad del servicio y la fidelización de los usuarios será improductivo si no se mantiene en la colaboración resuelta y facultativa del conjunto de los colaboradores que labora en la corporación. (Alcaide, 2016, p. 19)

En la actualidad las empresas procuran, ante todo, medir y mejorar las actitudes de sus miembros. Las encuestas periódicas de actitudes son de enorme utilidad práctica, tanto para el personal como para la gerencia, puesto que ofrecen un análisis constante de la empresa y un sentido de participación del empleado en el establecimiento de las políticas y métodos de la organización. Actualmente las organizaciones deben de darle el merecido valor a sus empleados, ya que son su fuerza motora y lo que les ayuda a sobrevivir. (Amavizca, 2012)

Arbaiza (2010) dice que:

Actualmente en el mundo de los negocios, motivar a las personas para que alcancen el desempeño esperado, es vital para que los gerentes y administradores. El desempeño de cada persona dentro de la organización, dependerá gran parte de la motivación, la cual se verá reflejada en su comportamiento.

Gullermo (2005) señala que:

¡En Guatemala existen 7 ¡Grupos Financieros debidamente autorizados por Superintendencia de Bancos, de los cuáles 4 cuentan con un Call Center establecido. Estos Call Center cuentan con agentes telefónicos, los cuales reciben un promedio de 25 llamadas por hora (aproximadamente 2.10 minutos por llamada); lo anterior, ejerce presión a los agentes telefónicos para atender las llamadas rápidamente, lo cual produce nerviosismo en ellos, estimulando que en instantes la información que se proporciona al cliente no sea correcta, según estudio de prueba verificado a los gestores. Como consecuencia, en estos Call Center, se puede manifestar una disminución del rendimiento en el personal, así como: reducción de la calidad de contestación y falta de interés por satisfacer la necesidad del cliente. Además, se podría observar falta de estimulación y colaboración de los agentes telefónicos.

“Los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción”. En el marco del proceso de descentralización y conforme al criterio de subsidiariedad, el gobierno más cercano a la población es el más idóneo para ejercer la competencia o función; por consiguiente, el gobierno nacional no debe asumir competencias que pueden ser cumplidas más eficientemente por los gobiernos regionales, y

éstos, a su vez, no deben hacer aquello que puede ser ejecutado por los gobiernos locales. (Ley Organica de Municipalidades, 2003)

En el cumplimiento de su finalidad, la Municipalidad Provincial de Tumbes, define sus objetivos de servicio a la comunidad como: “Saneamiento ambiental, salubridad y salud, tránsito, circulación y transporte público, educación, (...); para este propósito se instituyen funciones en los manuales respectivos”. Las mismas que ejecutadas por los trabajadores municipales entre autoridades municipales, funcionarios, personal profesional, técnicos, obreros en su distinta modalidad de régimen laboral, diariamente brindan atención al público, en el interior de la organización municipal se observa un descontento por no contar políticas de personal que conduzca a una internalización, compromiso y satisfacción de sus necesidades familiares y con la sociedad.

“Asimismo existen razones ya que sus objetivos personales de los trabajadores no son compatibles con la institución, los directivos municipales y/o funcionarios exigen dando órdenes para que el servicio se cumpla, sin embargo, no toman en cuenta, el plan de carrera, ascensos y el de perfeccionarse y/o actualizarse profesionalmente para mejorar su desempeño y poder ofrecer un mejor servicio a los vecinos; no existe una política de reconocimiento por un trabajo efectivo dedicado a diario. Asimismo, se observa que, no existe normas especifica o intención por mejorar las condiciones de trabajo como equipos, herramientas y mobiliario para el eficaz desarrollo de las funciones asignadas estipuladas en los instrumentos de gestión que tendría incidencia en un excelente servicio al vecino de la comuna Tumbesina”.

Esta problemática expuesta induce a desarrollar este importante trabajo de investigación; planteándose las interrogantes:

De modo general: ¿Cuál es la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes?; y particularmente:

1. ¿Cuál es la incidencia de la dimensión dinero respecto a la calidad del servicio?
2. ¿Cuál es la incidencia de la dimensión reconocimiento respecto a la calidad del servicio?
3. ¿Cuál es la incidencia de la dimensión capacitación respecto a la calidad



del servicio? 4 ¿Cuál es la incidencia de la dimensión condiciones laborales respecto a la calidad del servicio?

. La ejecución del estudio se cimentará en la doctrina administrativa, particularmente en el vasto conocimiento de la motivación referente a los estímulos y a la calidad del servicio que mediante un análisis deductivo se explicará el comportamiento y características de las variables en estudio y su incidencia entre ambas. Este nuevo conocimiento permitirá incrementar el cúmulo de conocimientos relacionados a la motivación y gestión del servicio.

“En la ejecución de la investigación, se emplearán métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos de investigación validados por científicos y que han confirmado su validez en otros estudios”. “Se empleará el método inductivo, que admitirán obtener conclusiones a partir del estudio analítico de la variable incentivos institucionales y calidad del servicio”. “La recolección de la información se efectuará con la construcción de cuestionarios, su confiabilidad calculó con el Alfa de Cronbach”. El procesamiento de los datos se efectuará con el Programa Excel y SPSS.

El estudio intenta profundizar el conocimiento específicamente en la incidencia de los estímulos institucionales en la calidad del servicio en la MPT. Con los resultados obtenidos, admitirá proponer opciones que faciliten una mayor incidencia entre las variables de estudio a fin de conseguir una efectiva administración edil y apoyara a la solución de complicaciones delimitadas específicamente la calidad del servicio a los vecinos, que tanto exigen.

Este estudio, pretende conservar y optimizar las relaciones laborales entre los directivos municipales, funcionarios servidores administrativos y los ciudadanos. Es decir, crear un ambiente de trabajo agradable, donde el trabajador se sienta motivados no solo por el sueldo que percibe, sino por las bonificaciones que se le otorga, cambiará sus actitudes y este predispuesto a brindar un excelente servicio al ciudadano.

.  
Esta investigación intenta lograr de manera general, determinar la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad

Provincial de Tumbes, 2022. Y particularmente: 1. Describir la incidencia de la dimensión dinero respecto a la calidad del servicio de la MPT; 2. Explicar la incidencia de la dimensión reconocimiento respecto a la calidad del servicio de la MPT; 3. Describir la incidencia de la dimensión capacitación respecto a la calidad del servicio de la MPT; 4. Determinar la incidencia de la dimensión condiciones laborales respecto a la calidad del servicio de la MPT.

## II. ESTADO DEL ARTE

### .3.1. Bases teórico – científicas

#### 3.1. Incentivos

Chiavenato (2001), precisa:

“Los incentivos son pagos hechos por la organización a sus trabajadores (beneficios sociales, oportunidades de progreso, estabilidad en el cargo, supervisión abierta, elogios, entre otros)”. Cada incentivo tiene un valor de utilidad que es subjetivo, ya que varía de un individuo a otro: lo que es útil para uno, puede ser inútil para otro.

Caso (2003) señala:

“Es una parte variable del salario o un reconocimiento que premia un resultado superior al exigible”. El resultado es una cifra que corresponde a un determinado nivel de actuación, bien globalmente, según el trabajo desempeñado, o bien fijándose en algunos aspectos concretos del mismo.

Por su parte Barro y Jiménez (1998) indican que los incentivos “son diferentes cantidades de pago en relación con algún indicador del desempeño”. Tienden a incrementar las expectativas del empleado en el sentido de que después del desempeño encontrarán recompensas.

En el mismo orden Guzman y Olave ( 2004), mencionan que:

Los incentivos son técnicas que vinculan la retribución con el rendimiento; simbolizan un instrumento ventajoso para establecer y/o optimizar la motivación de la fuerza laboral, ya que a través de estos planes se busca influir en la conducta de los individuos, motivándolos en los desiguales aspectos que influyen y están relacionados con el cumplimiento de su trabajo y su progreso íntegro dentro de la compañía.

Krajewski y Ritzman (2003) exponen que “son estímulos que concede el empresario, con el objeto de que sus colaboradores incrementen sus niveles productivos en la corporación o perfeccionen las pautas de rendimiento laboral”.

Como se pudo notar gran parte de los autores coinciden que el fin principal de estos estímulos (incentivos), es la acción de motivar a los colaboradores a elevar su productividad o eficiencia laboral. Nótese que hablamos de motivación, esto implica que en el estudio de los incentivos laborales se debe partir del análisis de la motivación, las necesidades, sus teorías y tipologías.

Esta aseveración concuerda con lo expuesto por (Meyers, 2004), quien precisa “Los incentivos estimulan las necesidades de ego, al mencionar una necesidad”, que según Maslow (2007) “es de cuarto nivel se hace necesario el estudio de las teorías de la motivación para confirmar cómo funcionan los incentivos como agentes motivadores”.

Al respecto Figueroa y Ramírez, (2004), manifiestan que:

“Los incentivos pueden servir para motivar a los empleados sólo si este incentivo satisface las necesidades que tiene el trabajador”. Se motiva al empleado si el incentivo que se le ofrece satisface una necesidad, por tanto, se ven incluidos en las diversas teorías de motivación de personal, por ello analizaremos la motivación y sus teorías a continuación.

### **Motivación**

Vértice (2008) manifiesta:

La motivación se orienta en la predisposición a redundar aquellos hechos por los cuales se recibió recompensas y a evitar aquellos hechos sancionados”. No obstante, indica “existe la distinción de unas recompensas antes que otras, de modo, cada persona repite la conducta conveniente al tipo de recompensa preferido. Es decir, en tanto se brinden las recompensas aprobadas estarán las personas motivadas.

Soto (2001), afirma que:

Es la presión interna que surge de una necesidad, que, excitando las estructuras nerviosas, origina un estado energizante que impulsa al organismo a la actividad; iniciando, guiando y manteniendo la conducta hasta que alguna meta se logra o, la respuesta se bloquea.

García (2005) declara que “Es un estado anímico que predispone al individuo a esforzarse para conseguir algún objetivo deseado”

### **Teorías de la motivación**

Maslow (2007), con su teoría, jerarquía de las necesidades, afirma que:

El individuo tiende a satisfacer sus necesidades en orden ascendente, de tal manera que organizará su conducta alrededor de la satisfacción de las necesidades de menor orden que estén insatisfechas. Cuando las necesidades que en un momento son motivadoras comienzan a ser satisfechas de manera regular, el individuo comienza a estar motivado por las necesidades del siguiente orden.

### **Teoría X y Teoría Y (Douglas McGregor)**

McGregor (1960), con su teoría pretende explicar los supuestos que subyacen en las operaciones de los administradores y de las derivaciones de esas acciones sobre sus empleados”. Describiendo la teoría de la existencia de dos tipos de trabajadores X e Y:

#### **a) Teoría X:**

“Expresa que los colaboradores son ociosos por naturaleza y laboran fundamentalmente por dinero, carecen de interés, sin identificación institucional y son renuentes al cambio y carecen de capacidades para un trabajo complejo” (McGregor, 1960).

#### **b) Teoría Y:**

“Teoría en que los colaboradores se complacen con su trabajo, igual al esparcimiento o el descanso, encuentran gratificaciones con su labor de orden superior, son deseosos y están preparados a asumir nuevos retos; se identifican institucionalmente, son dispuestos al cambio y poseen destrezas que la demuestran en el trabajo habitual” (McGregor, 1960).

### **Teoría de la Motivación-Higiene (Frederick Herzberg)**

Herzberg (2001), postula la conocida también como teoría de los dos factores.

Factores higiénicos. Se refiere “a salario, condiciones ambientales, dispositivos de supervisión, relaciones interpersonales y gestión de la organización, evitan la insatisfacción, pero no producen motivación satisfacción”. Los Factores motivacionales. Describe el reconocimiento, sentimiento de logro, autonomía o compromiso, posibilidades de avance y trabajo en sí; producen satisfacción, a condición de que los factores higiénicos estén funcionando aceptablemente.

## Teoría de la motivación intrínseca (Kenneth Thomas)

Thomas (2005) indica que:

Partiendo del hecho de que las organizaciones actuales no buscan la sumisión del trabajador, sino su compromiso y su iniciativa. No son suficientes las recompensas externas con las que antes se compraba esa sumisión. El nuevo estilo de trabajo supone que los trabajadores buscan algo más que el dinero y el interés propio en el trabajo, que los trabajadores buscan recompensas intrínsecas con la mera ejecución del trabajo, que esas recompensas internas tienen un alto contenido emocional y que “hacer lo que se debe hacer” provoca que la gente se sienta bien.

### **Importancia de los incentivos**

Recompensar un comportamiento que demuestre que el empleado se encuentre comprometido con la organización, hacer que estas personas sientan ser apreciadas, reconocer sus éxitos, divulgarlos y premiarlos, estos son el pilar para hacer al capital humano de la organización una ventaja competitiva de la misma.

Kotler (2010) afirma que:

Mantener al personal en sus puestos de trabajo idóneos e incentivados o motivados, configuran un factor importante para el logro de los objetivos de la empresa pues por medio de los empleados motivados o incentivado se genera una mayor productividad. Tomando en cuenta el entorno tan competitivo al que se enfrentan las organizaciones la justificación de programas de incentivos de mejora de los ya existentes, se deriva de las presiones de la competencia.

### **Objetivo de los incentivos**

Según Alonso (2004) señala:

Las empresas intentan obtener con la aplicación de los incentivos mejorar, el nivel de desempeño en los empleados, para que estos se lleven a cabo es necesario que los planes de incentivos reúnan las siguientes características:

a) Los incentivos deben beneficiar tanto al trabajador como a la empresa. Los planes deben ser explícitos y de fácil entendimiento para los trabajadores. Los planes deben tener la capacidad para llevar el control de la producción de la empresa.

### **Tipos de Incentivos laborales**

### **Según el estímulo o refuerzo que aplica:**

Barro y Jiménez (1998) lo clasifican en dos tipos:

Incentivos positivos: “son positivos tanto para el alcance de los objetivos empresariales, como para la satisfacción del trabajador. Siendo el incremento de sueldo, un permiso, seguridad, apreciación y reconocimiento de los resultados, entre otros”. Incentivos negativos: “estos motivan el comportamiento con el temor al castigo.

### **Según su naturaleza**

**Incentivos económicos:** Chiavenato (2009) señala que:

“Es todo pago que realiza una compañía a sus colaboradores, puede ser en forma de salarios, bonos, prestaciones sociales, oportunidades de progreso, entre otras. El propósito de estos incentivos es motivar a los trabajadores a cumplir con sus objetivos y destacar en su labor en periodos determinados. Usualmente se entiende por incentivo algo que va más allá del salario cotidiano, muchas empresas utilizan este sistema de recompensas con el objetivo de que sus empleados se motiven día a día a trabajar mejor”.

**Incentivos no económicos:** Chiavenato (2009) precisa:

Estos incentivos comprenden todas aquellas recompensas o retribuciones que no tienen relación con los salarios y que, sin embargo, levantan la moral del trabajador en grado tal que se hace evidente el aumento en esfuerzo y empeño. Además afirma que los incentivos no económicos son reconocimientos dados para celebrar un esfuerzo que va más allá de lo que una persona está obligada a hacer, estos reconocimientos pueden ser: Servicio de restaurante, asistencia médico-hospitalaria y odontología, servicio social y consejería, Club o asociación recreativa, seguro de vida colectivo, conducción o transporte de la casa a la empresa, y viceversa, horario móvil de entrada y salida del personal de oficina y club o agrupación gremial.

Por su parte Stevenson (2000) indica:

Que existen otros incentivos no económicos los cuales tienen un efecto motivante para los empleados, anotando los siguientes: Respeto, retos, elogios, horarios laborales flexibles, sentirse parte del equipo, contribuir con ideas, la oportunidad de aprender, oportunidades de realizar algún tipo de

estudio o carrera, camaradería, premios, agradecer a los empleados el trabajo extra realizado, creer en el trabajo, trabajar con más personas y la confianza del jefe.

Gomez, , Balkin, y Cardy, 2001), en el mismo orden según su naturaleza lo tipifican como:

### **Incentivos financieros**

Werther Davis (1995), indica que este tipo de incentivos manejan los niveles de productividad y calidad del trabajo en una organización. Los empleados que trabajan bajo un sistema de este tipo internalizan que su desempeño determinara el ingreso a obtener, pues este tipo de incentivos premia el mejor desempeño de manera regular y periódica. Este tipo de incentivos cumple con el principio de equilibrio entre la productividad que genera el trabajador para la organización, y la compensación que genera la empresa al trabajador. Con este tipo de incentivos la organización se beneficia porque estas compensaciones se otorgan en relación directa con la productividad y si el sistema motiva a los empleados a incrementar su productividad, los gastos de la administración del sistema se compensan con creces.

### **3.1.2. Calidad del servicio**

Vargas Quiñones y Aldana de Vega (2006), expresan:

“La calidad del servicio es la conformidad de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente”. “Significa el dinamismo permanente para la búsqueda de la excelencia en las actividades e interrelaciones, que se generan respecto a la satisfacción de necesidades y expectativas de quien busca el servicio”.

Así mismo Grewal y Parasuraman (2000) manifiestan que

la calidad percibida del servicio es un juicio global de la superioridad o excelencia de una empresa, y se relaciona con la diferencia entre expectativas y percepciones, lo que es reafirmado por (Grönroos, 1984) explica dos definiciones que dividen la calidad percibida del servicio: Calidad técnica y calidad funcional. La primera hace referencia a qué es recibido por el consumidor, y la segunda a cómo es entregado el servicio. Afirma que esta última dimensión es la más importante y hace referencia a la interacción psicológica que sucede durante el intercambio.



Pérez (2006) sostiene que la calidad admite facilitar un bien o servicio a los clientes, compensando enteramente sus expectativas y necesidades, a un precio que manifestando el valor real del bien o servicio que los suministra.

### **Características del servicio**

Pérez (2006) afirman:

Que los bienes, tangibles o intangibles, son capaces de satisfacer las necesidades del cliente de acuerdo con su contenido. Los bienes tangibles suelen conocerse con el nombre de productos, pues tienen una consistencia material y son objetos físicos que satisfacen una necesidad explícita del cliente cuando los utiliza. Los bienes intangibles, denominados servicios, tienen una estructura inmaterial, es decir, son actos que reciben los clientes de la empresa y sus trabajadores.

El servicio, se caracteriza por:

- a. Intangibilidad: Pérez (2006) explica “Es una de las peculiaridades más distintivas de los servicios”. “Los servicios son acciones, no objetos, por lo tanto no pueden verse, sentirse, degustarse, o tocarse de la manera en que sí se podría hacer con un bien tangible”
- b. Heterogeneidad: Pérez (2006) señala “No existen dos servicios exactamente iguales, pues son ejecuciones generalmente producidas por humanos”.
- c. Producción y consumo simultáneos: Pérez (2006) precisa “Los servicios son vendidos primero, y luego producidos y consumidos simultáneamente”.
- d. Caducidad: Pérez (2006) indica ““Los servicios no pueden ser escondidos, acumulados, revendidos o devueltos”

### **Dimensiones de la calidad del servicio**

Grewal y Parasuraman (2000) sostienen:

Que una calidad de servicio con características multidimensionales. A partir de la proposición de diez dimensiones que determinan la calidad de servicio: fiabilidad, capacidad de respuesta, la competencia, el acceso, la cortesía, la comunicación, la credibilidad, la seguridad, la comprensión / conocimiento de los clientes, y tangibles, se afirmaba que la calidad estaba determinada por

las diferencias entre el desempeño percibido y el desempeño esperado en estas diez dimensiones.

Luego se cambió las diez dimensiones mencionadas antes por 5 dimensiones llamadas SERVQUAL por sus siglas en inglés: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles. Estas dimensiones muestran la forma en que los consumidores organizan la información de un servicio en sus cabezas para poder hacer un juicio acerca de la calidad de éste. Además, según (Zeithaml, Bitner, y Gremler, 2009) la importancia de cada dimensión varía debido a las diferencias culturales.

Zeithaml, Bitner, y Gremler (2009) detalla cada de estas 5 dimensiones:

1. Confiabilidad:

“Se refiere a la capacidad entregar el servicio prometido de forma segura y precisa”.

2. Capacidad de respuesta:

“Se refiere a la disposición a entregar un servicio expedito y a ayudar a los clientes”.

Certeza:

“Se define como el conocimiento y cortesía de los empleados, y la capacidad de la empresa y sus empleados para inspirar al cliente credibilidad y confianza”.

3. Empatía:

“Se define como la atención individualizada cuidadosa que la empresa proporciona a sus clientes”..

4. Tangibles:

“Se define como la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación”. “Estos elementos proporcionan representaciones físicas o imágenes del servicio que los clientes, en particular los nuevos, usarán para evaluar la calidad”.

### **3.2. Antecedentes.**

#### **Internacional**

Amavizca (2012) en su investigación:

“Guía para elaborar un programa de incentivos en base de las necesidades personales, y con ello, incrementar la productividad de las Pymes en México”, obtuvo las siguientes conclusiones: Que las organizaciones han tenido y seguirán teniendo problemas durante su vida productiva con los integrantes de los recursos humanos que las integran. Debido a ello, se propuso una guía para elaborar un programa de incentivos que satisfaga algunas de las necesidades del personal, y así incrementar en lo posible, su productividad: El comportamiento organizacional es un espejo de las prácticas en una organización, el cual permite tener un bosquejo para un futuro estudio que el eficiente desempeño laboral vendrá conjugado cuando el individuo encuentre en la organización todo aquello que busca como: remuneración económica justa, desarrollo y crecimiento participación, confianza y un ambiente agradable de trabajo en donde obtenga plena satisfacción y no solo un medio sólo de subsistencia. Se debe tener plena certeza de que uno de los problemas que tenga la organización sea de tipo organizacional, puesto que, si no lo es, el programa de incentivos puede no reflejar los resultados deseados y/o esperados. El programa de incentivos toma en cuenta ciertas necesidades de los empleados para seleccionar los distintos incentivos propuestos a implementar en la organización. La implantación y evaluación del programa de incentivos nos ayudará a retroalimentarlo, para mejorarlo y modificarlo para que se cumplan los objetivos empresariales y del personal. (Amavizca, 2012)

Este proceso es importante y tendrá un ciclo de vida indefinido. Dicha implantación queda pendiente para otro trabajo debido a la gran cantidad de tiempo que se le tiene que invertir para comprobar su aplicabilidad en diversas empresas de diferentes rubros. Se elaboró una guía para elaborar un programa de incentivos basado en las necesidades de los empleados que pueda adaptarse a los diferentes casos en donde se aplique. Sin embargo, cabe mencionar que falta implementarla a varios casos de estudio para confirmar que tiene validez práctica. (Amavizca, 2012)

Gullermo (2005) en su trabajo:

“Los incentivos laborales y el desempeño del personal de los Call Center de grupos financieros”. Concluyó que entre los incentivos económicos más frecuentes se encuentran días de descanso con goce de sueldo, placa de reconocimiento, bonos grupales, la estabilidad laboral, desarrollo de carrera, capacitaciones y reconocimiento del empleado y son estos incentivos son los que influyen en el desempeño laboral, sobresaliendo entre ellos los días de pausa con goce de haber que muestra una mayor incidencia en la mejora productiva del grupo.

Satey de León (2014) en su estudio:

“Incentivos laborales y clima organizacional”, estudio realizado con el personal de la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala. Concluyó que existe una significativa influencia entre los incentivos laborales, el clima organizacional y la productividad debido a que los incentivos provocan motivación y satisfacción en los trabajadores, lo que incide de manera directa en el ambiente que los rodea, además indica que los tipos de incentivos más significativos y que por ende tienen mayor influencia positiva son los incentivos económicos entre los cuales están: bono vacacional, bono diferido, bono por antigüedad, bono de verano y aguinaldo, pues son los que más valoran los trabajadores.

## **Nacional**

Rojas (2020) en su tesis:

“Motivación y calidad de servicio percibida por el cliente interno en un supermercado en la Ciudad de Lima”. Tuvo por objetivo principal analizar la relación que existe entre la motivación y calidad de servicio al cliente en un supermercado, siendo la hipótesis de trabajo determinar si existe una relación positiva y significativa entre ambas variables. La metodología de investigación que se ha planteado es de enfoque cuantitativo, diseño descriptivo correlacional. Finalmente, concluye que existe una relación directa y significativa entre la motivación y la calidad de servicio al cliente en el supermercado esto se evidenciara con la hipótesis general en la que se señala que La motivación se relaciona significativamente con la calidad de servicio percibida por el cliente en una red de Supermercados en la ciudad de Lima, en concordancia con una de las variables como la dependiente calidad de servicio.

Arbañil (2019) en su tesis:

“La Calidad de servicio como efecto de motivación institucional en el área comercial de la empresa Aseguradora Pacífico Seguros”; se tuvo como principal objetivo delimitar la calidad de servicio y el efecto de motivación institucional. Para este trabajo se empleó un diseño de investigación teniendo en cuenta el enfoque cualitativo a través del método de investigación inductivo porque partimos de los antecedentes en particular para alcanzar las conclusiones generales.

Mc Clelland (1989) en su teoría que lleva como título Las necesidades aprendidas define que gran parte de las necesidades se obtienen a través del medio que los rodea, de ello depende que las empresas brinden incentivos económicos y emocionales a sus empleados para que se sientan valorados y comprometidos con la compañía, de esta manera podrán ser proactivos con su trabajo y se van a sentir identificados con la marca. Dentro de este trabajo de investigación se busca estudiar la situación actual de la organización para hacer frente a los errores, dentro de ello vamos a evaluar si el clima laboral es bueno y si existe motivación institucional que ayude al desarrollo emocional y económico de los trabajadores. También se analizaron los resultados de la encuesta de satisfacción por parte de los clientes, ya que solo así sabremos si el servicio brindado por parte de los empleados es de calidad. Arbañil (2019)

Palomino (2018) en su trabajo:

“Incentivos laborales y desempeño profesional de trabajadores en el servicio de Administración Tributaria de Huamanga”. Su propósito fue determinar la relación entre los incentivos laborales y el desempeño profesional de trabajadores en el servicio de administración tributaria de Huamanga, dado que en los dos últimos años, en el Servicio de Administración Tributaria de Huamanga, se presenciaron renunciaciones y rotaciones constantes del personal, principalmente en el área de operaciones”. El cuál es el área responsable directa de la recaudación tributaria. De diseño no experimental, realizada a un nivel correlacional o relacional, empleándose la técnica la encuesta dirigida a una población de 57 colaboradores que efectúan funciones administrativas y operativas, seleccionando una muestra censal de 37 colaboradores del Servicio de Administración Tributaria de Huamanga, se pudo llegar a responder el objetivo general, de manera que se pudo verificar la validez de

la hipótesis de investigación la cual afirmó la existencia de una relación significativa y positiva, ello contrastado en el coeficiente de correlación de Spearman con un valor de 0.995, siendo muy elevada correlación debido a que el comportamiento de ambas variables fue muy similar.

Alvitez y Ramirez (2013), en su tesis denominada:

“Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer”. Concluyó que es notable la relación directa existente entre el programa de incentivos con la motivación de los empleados, dentro de una organización; en cuanto mayor son los incentivos el nivel de motivación es mayor, además aseguran que los trabajadores valoran más como incentivo la retribución económica, no obstante este tipo de sistema es concebido como muy básico puesto que no es integral es decir no satisface las expectativas de todo colaborador por ello debe ser complementado con otro tipo de incentivos no económicos.

Martin, V., Martin N. y Gomez (2008), en su artículo denominado:

“Evaluación del rendimiento y sistemas de incentivos en las entidades sin fines de lucro”, concluyen que la aplicación de incentivos en las entidades no lucrativas ha estado limitada, los sistemas de incentivos llegan a ser más amplios que en el caso de las empresas, puesto que en su diseño intervienen incentivos tanto de naturaleza extrínseca como intrínseca. La aplicación de incentivos es la tendencia que actualmente parece imponerse como mecanismo para atraer y retener al personal necesario y motivarle para que sea más productivo y se alinee con los objetivos de la organización, no obstante, no siempre será la opción óptima, esto dependerá de la disponibilidad de indicadores de rendimiento adecuados congruentes con la misión de la entidad.

Fuentes (2002) en su tesis:

“El servicio de atención al cliente y su satisfacción en Hidrandina”, concluyen que la dimensión de calidad más apreciada es la rapidez en la atención. Además, considera que el atributo de servicio de menor relevancia es la comodidad – accesibilidad.

Blanco (2009), en su tesis denominada:

“Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor”, concluye que

el servicio al cliente es muy importante en cualquier organización, un buen servicio lleva consigo grandes consecuencias para la organización en todo aspecto. No solo se dará a conocer, o podrá adquirir el liderazgo en relación con la competencia, sino que las partes que la componen y sus grupos de interés se verán directamente afectados también. Siendo en con mayor frecuencia una fortaleza la confianza que genera el servicio en el cliente, así como la rapidez del mismo, y a su vez su mayor debilidad es el aspecto de los tangibles.

## **Local**

Lamadrid (2020) en su tesis:

Influencia de la motivación en la satisfacción laboral de los trabajadores, Unidad de Gestión Educativa Local, Zarumilla, Región Tumbes, 2018. Su objetivo fue determinar de qué manera la motivación influye en la satisfacción laboral de los trabajadores. Estudio de tipo descriptiva - correlacional, cuantitativo, no experimental, con una muestra de 21 trabajadores, empleándose la técnica de la encuesta, con un cuestionario estructurado con 31 preguntas en escala de Likert para ambas variables de estudio. Conclusiones: La motivación influyó en la satisfacción laboral, comprobada con el Rho de Spearman de 0,699, indicando su asociatividad entre estas variables; corroborándose su influencia con indicadores del 57,1% y 52,4% respectivamente; ubicándose en el positivo moderado; resultados que afirman que los estímulos empresariales permiten cambiar la actitud de los trabajadores.

### **3.3. Definición de términos básicos**

#### **Calidad del proceso**

“Es el juzgamiento de la calidad por el consumidor durante la prestación del servicio, englobando las calidades técnicas y funcionales” (Fernández, Avella, y Fernández, 2003).

#### **Calidad del servicio**

“Es la conformidad de un servicio con las descripciones y expectativas del cliente” (Ivancevich, 1996, p. 618).

#### **Capacidad de respuesta**

“Es la disposición de ayudar a los clientes y suministrar de un servicio rápido” (Zeithaml et al., 1993, p. 578).

**Clientes.**

“Es una persona física o jurídica que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de un dinero u otro tipo de retribución” (Ivancevich et al., 1996, p. 771).

**Comunicación**

“Es la reciprocidad de información entre un emisor (fuente) y un receptor (audiencia)” (Ivancevich et al., 1996, p. 751).

**Servicio.**

Ivancevich et al. (1996, p. 610), lo definen “Es producto intangible que involucra un esfuerzo humano o mecánico”.



### **III. MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. Hipótesis**

##### **Hipótesis general**

H<sub>A</sub>: La incidencia de los estímulos institucionales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.

.H<sub>0</sub>: La incidencia de los estímulos institucionales no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

##### **Hipótesis específicas**

###### **Hipótesis específicas 1:**

H<sub>A</sub>: La incidencia del dinero es positiva y significativa en la calidad del servicio de la MPT.

H<sub>0</sub>: La incidencia del dinero no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la MPT.

###### **Hipótesis específicas 2:**

H<sub>A</sub>: La incidencia del reconocimiento es positiva y significativa en la calidad del servicio de la MPT

H<sub>0</sub>: La incidencia del reconocimiento no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la MPT.

###### **Hipótesis específicas 3:**

H<sub>A</sub>: La incidencia de la capacitación es positiva y significativa en la calidad del servicio de la MPT.

.H<sub>0</sub>: La incidencia de la capacitación no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la MPT.

###### **Hipótesis específicas 4:**

H<sub>A</sub>: La incidencia de las condiciones laborales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la MPT.

.H<sub>0</sub>: La incidencia de las condiciones laborales no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio MPT.

. Para la prueba de hipótesis será determinada con p – valúé:

Si  $p < 0,05$ , significa que la hipótesis planteada se acepta.

Si  $p > 0,05$ , significa que la hipótesis planteada se rechaza.

En el cálculo de su asociatividad y/o correlación se empleó el coeficiente de Rho de Spearman. (Ver Anexo 10)

### 3.2. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis.

#### Tipo de estudio

La investigación es aplicada, ya que pretende utilizar los fundamentos teóricos respecto a las dimensiones de las variables: incentivos institucionales y calidad de servicio para identificar y solucionar los problemas presentados.

Al respecto Baena (2017) indica que esta investigación. “concentra su atención en las posibilidades concretas de llevar a la práctica las teorías generales, y destina sus esfuerzos a resolver las necesidades que se plantean la sociedad y los hombres” (p.18).

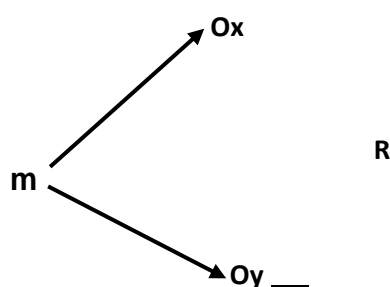
Asimismo, este estudio fue de tipo descriptivo - correlacional dado que detallará las características y dimensiones de las variables incentivos institucionales y calidad de servicio, asimismo, medirá la relación entre ambas.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que: “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (p.92).

#### Diseño de investigación.

En este estudio se empleó el diseño no experimental, ya que no se intenta alterar las variables de la investigación: incentivos institucionales y calidad de servicio.

Morlote y Celiseo (2004) expresan que este diseño: “Se basa más en la observación que en la manipulación intencionada de variables” (p.83). Asimismo, fue transversal. Según Bernal (2016) dice: “aquella en la cual se obtiene información del objeto de estudio población o muestra, una única vez en un momento dado” (p.123); siendo en este estudio el periodo del año 2022.



Donde:

- m** = Muestra
- Ox** = Variable 1 (Incentivos institucionales)
- Oy** = Variable 2 (Calidad del servicio)
- R** = Relación de las variables de estudio

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### Población

Arias (2012) indica que la población es: “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p.81).

Se trabajó con dos poblaciones. La primera población en estudio comprendió todas las áreas usuarias de la Municipalidad Provincial de Tumbes en el año 2022. Según información conferida por la Sub Gerencia de Personal de la Municipalidad Provincial de Tumbes establece que la cantidad de trabajadores administrativos en situación de nombrados y contratados son de 344 (Ver Anexo 3).

La segunda población estuvo comprendida por los pobladores de la provincia de Tumbes, que asciende a 142, 338 habitantes (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017)

**Tabla 1: Población laboral de la MPT**

<b>Órganos</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Alta Dirección</b>	22
<b>Asesoramiento</b>	12
<b>Órganos de apoyo</b>	122
<b>Gerencia Desarrollo Local y M.A.</b>	132
<b>Gerencia de Infraestructura y D.U.</b>	56
<b>Total</b>	<b>344</b>

Fuente: Unidad de Recursos Humanos, Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

#### Muestra

Según Carrasco (2019) una muestra es:

Una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son la de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los

resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población. (p.236)

En este sentido para determinar la muestra de ambas poblaciones aplicamos la fórmula para poblaciones finitas que según Arias (2012) es: “la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades” (p.82). Conociéndose que la primera población estará conformada por 344 trabajadores administrativos nombrados según la base de datos proporcionada por la institución, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1)E^2 + Z * p * q}$$

**Donde:**

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población: 344

Z = Nivel de confianza: 95% = 1.96

p = Probabilidad de éxito: 90%

q = Probabilidad de fracaso: 10%

e = Error muestral: 10%

Aplicando la fórmula

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.9 * 0.1 * 344}{(344 - 1)(0.1)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 31.5 \cong 32 \text{ (32 trabajadores)}$$

El resultado de los cálculos para obtener el tamaño de la muestra(n) es de 31.5 trabajadores, redondeando a un número de 36 encuestas por conveniencia del investigador.

**Tabla 2: Distribución de la muestra MPT**

<b>Órganos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Muestra</b>
Alta Dirección	22	03
Asesoramiento	12	02
Órganos de apoyo	122	12
Gerencia Desarrollo Local y M.A.	132	13
Gerencia de Infraestructura y D.U.	56	6
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>36</b>

Fuente: Unidad de Recursos Humanos, Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

Para la segunda población, se aplicará también la fórmula de poblaciones finitas:

$n$  = tamaño de la muestra

$N$  = Población 142 338 habitantes (INEI, 2018)

$p$  = 0.5 Probabilidad de ocurrencia de los casos.

$q$  = 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de los casos.

$Z$  = 1.96 Distribución normal estándar (para 95% de margen de confiabilidad).

$E$  = 0.10 error de estimación de la medida de la muestra respecto a la población.

$$n = 95.97 \cong 96 \text{ (96 pobladores)}$$

La muestra para la variable calidad del servicio será de 96 pobladores

### **Muestreo**

Para determinar la muestra del presente estudio se utilizó la técnica del muestreo probabilístico. Según Boza, Pérez, y León (2016) este tipo de muestreo: “se caracteriza porque, para formar la muestra, cada unidad poblacional tiene una probabilidad de ser seleccionada” (p.15). Además, fue de tipo aleatorio simple, que Carrasco (2019) señala: “todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos para ser parte de la muestra” (p.241).

Respecto a la muestra de los trabajadores administrativos nombrados se aplicarán en la institución donde labora en su puesto de trabajo en horario de jornada la laboral. En cuanto a la muestra de los pobladores se aplicará a los jefes de familia en su domicilio a partir de las 17.00 horas

### **3.4. Métodos, técnicas e instrumentos**

#### **Métodos**

Baena (2017) manifiesta que un método “es el procedimiento o serie de pasos que nos llevan a la obtención de conocimientos sistematizados” (p.51). En tal sentido, esta investigación se aplicaron los métodos:

#### **Deductivo**

Pérez L., Pérez, R, y Seca ( 2020) definen al método deductivo como:

un proceso lógico mediante el cual se infieren conclusiones a partir de algunas premisas. Es estrictamente un método de demostración porque se parte de una afirmación considerada verdadera, Luego, se observan casos particulares que permiten ratificar la verdad de la premisa inicial y la conclusión consiste en la afirmación (corroboración) o negación (refutación) de la verdad de la premisa a partir de esa confrontación con los datos. (p.32).

En este estudio se empleó el método deductivo, según Krajewski y Ritzman (2003), donde se explicó los incentivos institucionales que le brindan al trabajador administrativo. De acuerdo Grewal y Parasuraman, (2000) se describió la calidad de servicio a los pobladores.

#### **Inductivo**

Para Munch y Ángeles (2012) el método inductivo: “es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados” (p.15).

A través de este método, se intentó analizar las dimensiones de los incentivos institucionales y de la calidad de servicio, es decir explicar la incidencia de los tipos de incentivos que se le brindan a los trabajadores en la calidad del servicio, para establecer conclusiones que permitieron dar respuesta a interrogantes presentadas.

#### **Cuantitativo**

Arias (2012) precisa que la investigación cuantitativa se emplea cuando:

El objetivo es describir ciertas características de un grupo mediante la aplicación de un cuestionario, el análisis estadístico más elemental radica en la elaboración de una tabla de distribución de frecuencias absolutas y relativas o porcentajes, para luego generar un gráfico a partir de dicha tabla (p.136).

En el estudio investigación se utilizó este enfoque, puesto que las variables en estudio son ordinales, que, indican cualidades que pueden ser expresadas con palabras y cuyas categorías se ordenaron jerárquicamente, también, se empleó la

escala de Likert para la valoración de los cuestionarios de ambas variables: Totalmente de acuerdo (TA), 5; De acuerdo (DA), 4; indeciso (I), 3; en desacuerdo (ED) 2; totalmente en desacuerdo (TD), 1, por lo tanto, los datos obtenidos se tabularon en tablas de frecuencia y figuras para su interpretación.

## **Técnicas**

### **La encuesta**

Según Niño (2019) precisa:

La encuesta, es una técnica que permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población o más comúnmente de una muestra, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias, entre otros aspectos, mediante la aplicación de cuestionarios técnicamente diseñados para tal fin. (p. 64) (Ver Anexo 4, 5, 6, 7 y 11)

De tal manera, se empleó la encuesta para recopilar información respecto a los estímulos institucionales de los trabajadores administrativos nombrados y a la calidad del servicio de los pobladores de la provincia de Tumbes.

### **Análisis documental**

Bernal (2016) explica.: “Es el proceso de indagación mediante la revisión de diversos documentos, fuentes de información de un determinado objeto de investigación como historias de vida, diarios, archivos institucionales o personales, etc” (p.256).

Para lo cual, se ha recurrido a la búsqueda y análisis de amplia bibliografía vinculada a las variables: estímulos y calidad de servicio en libros, artículos de revistas, informes, investigaciones anteriores referentes al tema, registros, reportes, entre otros; permitiendo obtener tener una visión holística del tema para la elaboración de la discusión y conclusiones respectivas.

### **Instrumentos**

Para aplicar técnicas de investigación al presente estudio es importante determinar los instrumentos que se han utilizado estos. según Morlote y Celiseo (2004) son: “Cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (p.99). En el estudio se emplearon:

### **Cuestionario**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que el cuestionario: “Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p.217). En este estudio, se estructurarán 2 cuestionarios. El primero relacionado a la variable

incentivos institucionales, con 3 preguntas por cada dimensión, con un total de 12 preguntas, valoradas con la escala de Likert: del 1 al 5, el segundo cuestionario contiene 3 preguntas por cada dimensión de la variable calidad del servicio, teniendo un total de 12 interrogantes, valoradas con la escala de Likert: del 1 al 5. Determinándose su confiabilidad mediante el coeficiente del Alfa de Cronbach. (Ver Anexo 4 y 5)

### **Fichas bibliográficas**

Alazraki (2007), define la ficha bibliográfica como: “un documento breve que contiene la información clave de un texto utilizado en una investigación. Puede referirse a un artículo, libro o capítulos de este” (p.84). Por tanto, se emplearon fichas bibliográficas con el objeto de sintetizar la información recopilada a través de las diversas fuentes, asimismo, se analizaron los datos de los registros obtenidos.

## **3.5. Procesamiento y análisis de datos**

### **Procesamiento de datos**

Se catalogaron las alternativas de los cuestionarios a través de la escala de Likert, teniendo una valoración del 1 al 5. Se tabularon, los cuales se ubicarán en una hoja de Excel y se verificaron luego se exportaron al Programa estadístico SPSS para su procesamiento, obteniéndose indicadores, coeficientes y tablas de frecuencias con cifras porcentuales.

### **Análisis de datos**

Con los resultados obtenidos, se determinó porcentualmente su incidencia y la contrastación de la hipótesis, luego se procedió a la discusión con la información de la base teórica y los hallazgos de las distintas investigaciones, presentadas en los antecedentes del estado del arte, que permitió obtener el objetivo general de determinar la incidencia de los incentivos institucionales en la calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.

## **3.6. Análisis de confiabilidad**

### **A. Confiabilidad**

Según Bernal (2016) la confiabilidad del instrumento se refiere: “a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se les examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios” (p.246), es decir, la capacidad del



instrumento para arrojar resultados congruentes al aplicarlo por segunda vez en circunstancias parecidas.

En nuestro estudio, se aplicó el Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento, que según Palella y Martins (2012): “mide la confiabilidad a partir de la consistencia interna de los ítems, entendiendo por tal, el grado en que los ítems de una escala se correlacionan entre sí” (p.169).

**Tabla 3: Criterios de decisión de confiabilidad**

<b>Rango</b>	<b>Confiabilidad</b>
0.81 - 1	Muy alta
0.61 - 0.80	Alta
0.41 – 0.60	Media
0.21 – 0.40	Baja
0 – 0.20	Muy baja

**Fuente: adaptado de Palella y Martins (2012)**

Según indica Palella y Martins (2012), se considera un cuestionario de alta confiabilidad a partir de 0.61 como coeficiente obtenido.

En el presente estudio, para calcular la confiabilidad del cuestionario para la variable incentivos institucionales se le aplicó a la muestra determinada constituida por 36 trabajadores administrativos (Ver anexo 8), obteniéndose un coeficiente de 0.797

**Tabla 4: Coeficiente de incentivos institucionales**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0.797	12

**Fuente: Encuesta**

El cuestionario aplicado para determinar su confiabilidad de la calidad del servicio se aplicó a la muestra determinada constituida por 96 pobladores de la provincia de Tumbes (Ver Anexo 9), obtuvo un coeficiente de 0.764, observándose los resultados de ambos cuestionarios son confiables para su aplicación.

**Tabla 5; Coeficiente de calidad del servicio**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0.764	12

Fuente: Encuesta

### **3.7. Definición y operacionalización de variables.**

#### **Variable 1: Incentivo institucionales**

##### **Definición conceptual**

“Son los motivos e inducciones destinados a acrecentar o mejorar la producción” (Dessler,1997).

##### **Dimensiones**

- a. Dinero.
- b. Reconocimientos.
- c. Capacitación.
- d. Condiciones laborales.

##### **Definición operacional**

Se midieron los resultados de los estímulos, con sus dimensiones dinero, reconocimientos, capacitación y condiciones laborales, empleándose la técnica de la encuesta y aplicándose como instrumento de medición un cuestionario, estructurado con 12 ítems en escala de Likert: Totalmente de acuerdo (TA), “5”; De acuerdo (DA), “4”, Indeciso (I), “3” y En Desacuerdo, (D), “2”, Totalmente en desacuerdo (TA), “1”, a 36 trabajadores administrativos de la, en su puesto de trabajo, en horario de trabajo. (Tabla 6)

Tabla 6: Dimensiones e indicadores de estímulo institucional

Dimensiones	Indicadores	Ítems
Dinero	Bonificación	1
		2
	Estímulos dinerarios	3
	Remuneraciones	
Reconocimiento		4
	Perfeccionamiento	5
	Felicitaciones	6
	Plan de carrera	
Capacitación	Especialización	7
	Inducción	8
	Competencias	9
Condiciones laborales	Ascensos	10
	Medios necesarios	11
	Instrucciones claras	12

Fuente: Cuestionario

## Variable 2: Calidad del servicio

### Definición conceptual.

“Trata de la aprobación de un servicio con las descripciones y posibilidades del cliente” (Ivancevich, 1996, p. 618).

### Definición operacional.

#### Dimensiones:

- a. Elementos tangibles.
- b. Capacidad de respuesta.
- c. Profesionalidad.
- d. Empatía.

### Definición operacional

Se midió el resultado de la calidad del servicio, considerando elementos tangibles, capacidad de respuesta, profesionalidad y empatía, empleándose la técnica de la encuesta y aplicándose un cuestionario, como instrumento de medición, con 12 ítems en escala de Likert:” Totalmente de acuerdo (TA), “5”; De acuerdo (DA), “4”, Indeciso (I), “3” y En Desacuerdo, (D), “2”, Totalmente en desacuerdo (TA), “1”; a los 96 pobladores de la provincial de Tumbes, en su domicilio. (Tabla 7)

**Tabla 7: Dimensiones e indicadores de la calidad del servicio**

Dimensiones	Indicadores	Ítems
Elementos tangibles	Máquina, equipos, etc.	1
	Instalaciones	2
	Pulcritud empleados	3
Capacidad de respuesta	Interés	4
	Predisposición	5
	Plazos establecidos	6
Profesionalidad	Competencias	7
	Expectativas	8
	Confianza	9
Empatía	Amabilidad	10
	Comunicación	11
	Escucha activa	12

Fuente: Cuestionario

En el Anexo 1 y 2, se aprecia la matriz de consistencia y operacionalización de las variables.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados

#### Para el objetivo general.

Determinar la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.

**Tabla 8: Incidencia de los incentivos institucionales en la calidad del servicio**

Nivel	Incentivos institucionales			Calidad del servicio		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	44 a 60	36	100.0	44 a 60	53	55.2
Medio	28 a 43	0	0.0	28 a 43	43	44.8
Bajo	12 a 27	0	0.0	12 a 27	0	0.0
	Totales	36	100.0	Totales	96	100.0

Fuente: Encuestas

Los resultados de la encuesta aplicada expresaron respuestas en incentivos institucionales del 100% de nivel alto, que tuvieron una incidencia en la calidad del servicio de nivel alto de 55,2%, en el nivel medio de 44.8%, de las contestaciones de los colaboradores de la MPT.

#### Prueba de hipótesis para el objetivo general

H<sub>A</sub>: La incidencia de los estímulos institucionales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.

H<sub>0</sub>: La incidencia de los estímulos institucionales no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.

Estos resultados se pudieron comprobar con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman de 0,942, indicando una asociación y/o correlación positiva muy alta, resultado de nivel muy significativo y teniendo un p - valúe de .0000 < 0.05, se acepta la hipótesis de trabajo.

**Tabla 9: Correlación entre los incentivos institucionales y la calidad del servicio**

Rho de Spearman		Incentivos institucionales	Calidad del servicio
Incentivos institucionales	Coeficiente de correlación	1,000	,942**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	36	36
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,942**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	36	96

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas

“Según los parámetros establecidos por el investigador se menciona que se considerará muy significativo si se encuentra en el rango de  $\pm 0.76$  a  $\pm 1$ ; asimismo indica que si el rango se encuentra entre  $\pm 0.51$  a  $\pm 0.75$  será significativo, además si el rango se encuentra entre  $\pm 0.26$  a  $\pm 0.50$  será considerado poco significativo, de tal manera si el rango se encuentra entre  $\pm 0.01$  a  $\pm 0.25$  no es significativo”. (Spearman, 1927) (Anexo 6)

**Para el objetivo específico 1:**

Describir la incidencia de la dimensión dinero respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

**Tabla 10: Incidencia del dinero en la calidad del servicio**

Nivel	Dinero			Calidad del servicio		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	11 a 15	35	97.2	44 a 60	53	55.2
Medio	7 a 10	1	2.8	28 a 43	43	44.8
Bajo	3 a 6	0	0.0	12 a 27	0	0.0
	Totales	36	100.0	Totales	96	100.0

Fuente: Encuestas

La dimensión dinero tuvo como resultados un nivel alto del 97,2%, para el nivel medio de 2,8% con una incidencia en la calidad del servicio, de nivel alto de 55,2%, para el nivel medio de 44,8% de las respuestas de los colaboradores de la MPT. Observándose que la dimensión dinero como estímulo institucional con una cifra porcentual alta tiene incidencia en la calidad del servicio en menor proporción a pesar de situarse en el nivel alto.

#### **Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1:**

##### **Hipótesis específicas 1:**

H<sub>A</sub>: La incidencia del dinero es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

H<sub>0</sub>: La incidencia del dinero no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

Tabla 11: Correlación entre el dinero y calidad del servicio

Rho de Spearman		Dinero	Calidad del servicio
Dinero	Coeficiente de correlación	1,000	,824**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	36	36
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,824**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	36	96

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas

Estos resultados se pudieron evidenciar con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman de 0,824, advirtiéndose que existió una asociación y/o correlación de positiva alta y de tipo muy significativo entre la dimensión dinero y la variable calidad del servicio, resultados que nos llevaron a la aceptación de la hipótesis de trabajo para el objetivo específico 1, puesto que la significación bilateral de  $0.000 < 0.05$ .

**Para el objetivo específico 2:**

Explicar la incidencia de la dimensión reconocimiento respecto a la calidad del servicio de la MPT.

**Tabla 12: Incidencia de los reconocimientos en la calidad del servicio**



Nivel	Reconocimientos			Calidad del servicio		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	11 a 15	35	97.2	44 a 60	53	55.2
Medio	7 a 10	1	2.8	28 a 43	43	44.8
Bajo	3 a 6	0	0.0	12 a 27	0	0.0
	Totales	36	100.0	Totales	96	100.0

Fuente: Encuestas

Para la dimensión que midió los reconocimientos tuvieron respuestas de nivel alto con el 97.2%, en el nivel medio con el 2,8% de ellas, con una incidencia en la calidad del servicio, para el nivel alto de 55,2%, en el nivel medio de 44,8%, de las contestaciones de los colaboradores del municipio de la Provincia de Tumbes.

#### Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2:

$H_A$ : La incidencia de los reconocimientos es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

$H_0$ : La incidencia del reconocimiento no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.

**Tabla 13: Correlación entre el reconocimiento y calidad del servicio**

	Rho de Spearman	Reconocimientos	Calidad del servicio
Reconocimientos	Coeficiente de correlación	1,000	,842**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	36	36
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,842**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	36	96

---

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas

Aceptamos la prueba de hipótesis de trabajo para el objetivo específico dos, por cuanto el P-valor de  $0,000 < 0.05$ . El cálculo del coeficiente Rho de Spearman que resultó de 0,842, indicó que existió una asociación y/o correlación positiva alta, de tipo muy significativo entre la dimensión reconocimiento y la variable calidad del servicio de los colaboradores de la MPT.

### Para el objetivo específico 3:

Describir la incidencia de la dimensión capacitación respecto a la calidad del servicio de la MPT.

**Tabla 14: Incidencia de la capacitación en la calidad del servicio**

Nivel	Capacitación			Calidad del servicio		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	11 a 15	36	100.0	44 a 60	53	55.2
Medio	7 a 10	0	0.0	28 a 43	43	44.8
Bajo	3 a 6	0	0.0	12 a 27	0	0.0
	Totales	36	100.0	Totales	96	100.0

Fuente: Encuestas

En cuanto a la dimensión capacitación tuvo respuestas de nivel alto con 100,0% de ellas, con una incidencia en la calidad del servicio, en el nivel alto con 55,2%, en nivel medio con 44,8%, de las contestaciones de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Advirtiéndose que la dimensión y la variable referida se sitúan en el mismo nivel, sin embargo, no se encuentran en la misma proporción porcentual

### Prueba de hipótesis para el objetivo específico 3:

$H_A$ : La incidencia de la capacitación es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

$H_0$ : La incidencia de la capacitación no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

**Tabla 15: Correlación entre la capacitación y calidad del servicio**

Rho de Spearman		Capacitación	Calidad del servicio
Capacitación	Coeficiente de correlación	1,000	,890**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	36	36
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,890**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	36	96

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas

Con estos resultados se acepta la hipótesis de trabajo ya que la significación de  $0.000 < 0.05$  para el objetivo específico tres; siendo el coeficiente Rho de Spearman de 0,890, expresó que existió una asociación y/o correlación positiva alta de nivel muy significativo entre la dimensión capacitación y la variable calidad del servicio en los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

**Para el objetivo específico 4:**

Determinar la incidencia de las condiciones laborales respecto a la calidad del servicio de la MPT.

**Tabla 16: Incidencia de las condiciones laborales en la calidad del servicio**

Nivel	condiciones laborales			Calidad del servicio		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	11 a 15	36	100.0	44 a 60	53	55.2
Medio	7 a 10	0	0.0	28 a 43	43	44.8
Bajo	3 a 6	0	0.0	12 a 27	0	0.0

Totales 36 100.0 Totales 96 100.0

Fuente: Encuestas

Respecto a la dimensión condiciones laborales tuvieron respuestas de nivel alto con 100,0% de ellas, con una incidencia en la calidad del servicio de nivel alto de 55,2%, para el nivel medio de 44,8% de las contestaciones de los colaboradores de la MPT.

#### Prueba de hipótesis para el objetivo específico 4:

H<sub>A</sub>: La incidencia de las condiciones laborales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

H<sub>0</sub>: La incidencia de las condiciones laborales no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

**Tabla 17: Correlación entre las condiciones laborales y la calidad del servicio**

Rho de Spearman	Condiciones laborales	Calidad del servicio
Coeficiente de correlación	1,000	,941**
Sig. (bilateral)	.	,000
N	36	36
Coeficiente de correlación	,941**	1,000
Sig. (bilateral)	,000	.
N	36	96

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Con estas resultas se acepta la hipótesis de trabajo ya que la significación de  $.000 < 0.05$  para el objetivo específico cuatro; siendo el coeficiente Rho de Spearman de 0,941, indicándonos que existió una correlación y/o asociación positiva muy alta y de tipo muy significativa entre la dimensión condiciones laborales y la variable calidad del servicio en los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Tumbes.

#### 4.2. Discusión

Para el caso del primer objetivo específico: Describir la incidencia de la dimensión dinero respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, según Chiavenato (2009), el incentivo dinero, es todo pago que realiza una compañía a sus colaboradores, puede ser en forma de salarios, bonos, prestaciones sociales, oportunidades de progreso, entre otras. En la investigación realizada se pudo conocer que, que la dimensión dinero con el 97.2% tuvo incidencia en la calidad del servicio de 55,2%. Estas cifras permiten inferir este tipo de recompensas va más allá de los salarios con el propósito de que los empleados incrementen su productividad laboral como consecuencia de ganar un dinero adicional a su sueldo.

Por su parte Satey de León (2014) en su investigación realizada en el organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala, concluyó “que existe una significativa influencia entre los incentivos laborales, el clima organizacional, indicando que los tipos de incentivos más significativos y que por ende tienen mayor influencia positiva son los incentivos económicos entre los cuales están: bono vacacional, bono diferido, bono por antigüedad, bono de verano y aguinaldo, pues son los que más valoran los trabajadores”. En el caso de la investigación de la municipalidad Provincial de Tumbes, se pudo comprobar que la cifra del incentivo dinero se sitúa en un nivel alto del 97,2% no correspondió en la misma proporción, a la calidad del servicio, siendo necesario realizar un diagnóstico efectivo donde precise las necesidades y en base a estas se brinde los incentivos económicos.

El resultado del incentivo, “es una cifra que corresponde a un determinado nivel de actuación, bien globalmente, según el trabajo desempeñado, o bien fijándose en algunos aspectos concretos del mismo” (Caso, 2003).

Respecto a la hipótesis específica 1: La incidencia de los estímulos institucionales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022. Se obtuvo como resultado un coeficiente de asociación y/o correlación de Spearman de 0.824, siendo una correlación positiva alta y muy significativa, es decir que mientras se brinde el dinero como incentivos de manera apropiada existirá una mejor calidad del servicio. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica alterna 1.

En cuanto al objetivo específico 2: Explicar la incidencia de la dimensión reconocimientos respecto a la calidad del servicio de la MPT; según Stevenson (2000), precisa que el reconocimiento es un incentivo no económicos los cuales

tienen un efecto motivante para los colaboradores, encontrándose el respeto, retos, elogios, horarios laborales flexibles, sentirse parte del equipo, etc. En la investigación realizada se advierte que reconocimiento con 97,2% tuvo una incidencia en la calidad del servicio de 55,2%, es decir que los pobladores afirman que siempre exigen mayor y mejor atención a sus demandas.

Guillermo (2005) en su investigación realizada, los Call Center de grupos financieros, concluyó que entre los incentivos económicos, se encuentran desarrollo de carrera, capacitaciones y reconocimiento del empleado y son estos incentivos los que influyen en el desempeño laboral, sobresaliendo entre ellos los días de descanso con goce de sueldo que el muestra una mayor incidencia en la mejora productiva del grupo. En consecuencia, inciden en la calidad del servicio. Al respecto, en la Municipalidad Provincial de Tumbes, se distingue que los incentivos de reconocimiento que se brindan no reflejan mejora en la calidad del servicio, ya que tiene limitante de otro orden, en presupuesto institucional y la política en designación de cargos de confianza, que influyen en la calidad del servicio.

En esta perspectiva, de acuerdo a lo recogido en el cuestionario aplicado se pudo distinguir en la MPT, es necesario mejorar el procedimiento de establecer los incentivos de reconocimiento, que contribuyan a la productividad de las personas y su efecto se encamine a la mejorar la calidad del servicio a los pobladores de la jurisdicción tumbesina.

De acuerdo a la hipótesis específica 2, se obtuvo un Rho de Spearman de 0,842, permitiendo establecer un nivel de correlación y/o asociación positiva alta entre el incentivo reconocimientos y la variable calidad del servicio, es decir existe una relación directa en tanto los reconocimientos sean efectivos, la calidad del servicio tendrá una tendencia hacia la excelencia, por lo tanto se acepta la hipótesis específica alterna 2, en razón de que se comprobó la relación que existe entre la dimensión reconocimiento y la variable calidad del servicio en la MPT.

Para el tercer objetivo específico: Describir la incidencia de la dimensión capacitación respecto a la calidad del servicio de la MPT. Según Meyers, (2004) precisa, los incentivos estimulan las necesidades de ego, al mencionar una necesidad. Mientras Maslow (2007) estas necesidades se ubican en cuarto nivel. La dimensión capacitación se encuentra en el tipo de incentivo no económico, al respecto

Stevenson (2000), indica que tiene un efecto motivante para los colaboradores anotando los siguientes: sentirse parte del equipo, contribuir con ideas, la oportunidad de aprender, oportunidades de realizar algún tipo de estudio o carrera. Al respecto en la investigación realizada se aprecia que la dimensión capacitación con el 100% tuvo una incidencia en la calidad del servicio de 55,2%. Este resultado permite derivar que, en la MPT, la capacitación que se brinda a través de cursos, seminarios y otros certámenes académicos, no se encuentran relacionados con las funciones y/o tareas que desempeñan los colaboradores de la institución edil.

Amavizca (2012) en su investigación: "Guía para elaborar un programa de incentivos en base de las necesidades personales, y con ello, incrementar la productividad de las Pymes en México; propuso implementar en la organización. la implantación y evaluación del programa de incentivos nos ayudará a retroalimentarlo, para mejorarlo y modificarlo para que se cumplan los objetivos empresariales y del personal". Caso contrario que se presenta en la Municipalidad Provincial de Tumbes, donde, si bien es cierto que se brinda capacitación para mejorar el servicio, pero las lecciones y/o temas no son encaminadas a la calidad del servicio y/o atención, reflejándose en las molestias del ciudadano tumbesino. Por ello que la MPT, debe realizar de manera efectiva un diagnóstico donde se determine las necesidades relacionadas con la calidad del servicio.

En cuanto a la hipótesis específica tres, se obtuvo un nivel de asociación/ correlación positiva alta de nivel muy significativo de 0,890 entre la dimensión capacitación y la calidad del servicio; es decir mientras más apropiada sea la capacitación mejor será la calidad del servicio. En consecuencia se acepta la hipótesis específica 3, debido a que la dimensión capacitación se relaciona directamente con la variable calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes.

Respecto, al objetivo específico cuatro: Determinar la incidencia de las condiciones laborales dimensión capacitación respecto a la calidad del servicio de la MPT; según Herzberg (2001), precisa que el factor higiénico, se refiere a salario, condiciones ambientales, dispositivos de supervisión, relaciones interpersonales y gestión de la organización, evitan la insatisfacción, pero no producen motivación satisfacción. Al respecto en la investigación realizada se advierten los resultados las condiciones laborales del 100.0%, tuvieron una incidencia en la calidad del servicio de 55.2%, Es necesario considerar en la calidad del servicio al cliente interno, es decir a los trabajadores; quienes deben tener en su puesto de trabajo los medios y equipos

necesario para laborar y asumir una actitud favorable en el puesto de trabajo, en lo apropiado de la calidad del servicio. No obstante el servicio que espera la ciudadanía no cubre sus expectativas.

Martin, V., Martin N. y Gomez (2008), en su artículo denominado:

“Evaluación del rendimiento y sistemas de incentivos en las entidades sin fines de lucro”, concluyeron que los sistemas de incentivos llegan a ser más amplios que en el caso de las empresas, puesto que en su diseño intervienen incentivos tanto de naturaleza extrínseca como intrínseca. La tendencia que actualmente imponerse como mecanismo para atraer y retener al personal necesario y motivarle para que sea más productivo y se alinee con los objetivos de la organización. Este argumento están en línea con la investigación realizada en la Municipalidad Provincial de Tumbes, donde se determinó que las condiciones laborales son favorable, constituyendo un factor condicionante para acentuar los incentivos de reconocimiento, sentimiento de logro, autonomía o compromiso o posibilidades de avance y trabajo en sí.

En cuanto a la hipótesis específica 4, se determinó que existe una correlación y/o asociación positiva muy alta y muy significativa entre la dimensión condiciones laborales y la calidad del servicio, arrojando un Rho de Spearman de 0,941, por tanto en la medida que las condiciones laborales sean más apropiadas, la calidad del servicio al usuario, se percibirá mucho mejor.

En cuanto, al objetivo general: Determinar la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022. Guzman y Olave ( 2004), indica que los incentivos son técnicas que vinculan la retribución con el rendimiento; simbolizan un instrumento ventajoso para establecer y/o optimizar la motivación de la fuerza laboral. En tanto, Vargas Quiñones y Aldana de Vega (2006) lo precisan es la aprobación de un servicio con las descripciones y expectativas del cliente. Entendiendo a estos términos que la compensación económica, como un adicional al sueldo, motiva a los colaboradores a esforzarse para mejorar el servicio a los ciudadanos.

En la investigación realizada en la MPT, se encontró que los incentivos institucionales del 100,0% tuvieron una incidencia en la calidad del servicio del 55,2%; estos resultados indican que la MPT, brinda incentivos a sus colaboradores, observándose que no son evaluados de acuerdo a la calidad del servicio de los pobladores de Tumbes, reflejando que sus efectos no son tan favorable, por lo que



se requiere efectuar un diagnóstico donde se recopile información fidedigna y determine las necesidades en función a la calidad del servicio y sus dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, profesionalidad y empatía, con el firme propósito de brindarle una excelente calidad del servicio al ciudadano de la provincia de Tumbes.

En esta línea Rojas (2020) en su tesis que trata la Motivación y calidad de servicio percibida por el cliente interno en un supermercado en la Ciudad de Lima. “Concluyó que existe una relación directa y significativa entre la motivación y la calidad de servicio al cliente en el supermercado, esto se evidencia con la hipótesis general, donde se señala que la motivación se relaciona significativamente con la calidad de servicio percibida por el cliente en una red de Supermercados en la ciudad de Lima”; en concordancia con una de las variables como la dependiente “Calidad de servicio”. Esto coincide con la realidad que existe en la MPT, que al tratar de motivación involucra a los incentivos financieros y no financieros; siendo impulsores de la productividad laboral de las personas, que implica un mejor de mejorar la calidad del servicio al ciudadano de la provincia de Tumbes.

De acuerdo a la hipótesis general, en la investigación, se determinó un Rho de Spearman de 0,942, indicando una asociación y/o correlación positiva muy alta, de nivel muy significativo. Es decir que mientras los incentivos institucionales que se les brinda sean favorables, la calidad del servicio será excelente; en consecuencia se acepta la hipótesis general en razón de que existe una relación directa entre los incentivos institucionales y la calidad del servicio en la MPT. Estos resultados coinciden con Palomino (2018) en su investigación, “Incentivos laborales y desempeño profesional de trabajadores en el servicio de Administración Tributaria de Huamanga”, “concluyó, dando respuesta al objetivo general, verificándose la validez de la hipótesis de investigación, confirmándose la existencia de una relación significativa y positiva, ello contrastado en el coeficiente de correlación de Spearman con un valor de 0.995, siendo muy elevada correlación debido a que el comportamiento de ambas variables fue muy similar”.

## V. CONCLUSIONES

1. Se determinó que la dimensión dinero con 97.2% tuvo una incidencia en la calidad del servicio con 55.6%; resultado que se corrobora con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.824 que expresa una correlación positiva alta entre la dimensión descrita y la variable 2; indicándonos que mientras se recompense con estímulos dinerarios adecuadamente a los colaboradores, la calidad el servicio que se brinda a los pobladores de la Provincia de Tumbes, se calificará de bueno.
2. La dimensión reconocimientos alcanzó el 97.2% de las respuestas con una incidencia en la calidad del servicio del 55.2%, corroborándose este resultado con el Rho de Spearman de 0.842, indicando una correlación y/o asociación positiva alta entre esta dimensión y calidad del servicio, aceptándose la hipótesis 2. Entendiéndose que los elogios y buen trato por un trabajo efectivo repercute en la mejora de la calidad del servicio.
3. Se determinó que la dimensión capacitación con el 100.0% tuvo incidencia en la calidad del servicio del 55.2%, reafirmando estas cifras con el  $r_s = 0.890$ , revelándonos una correlación y/o asociación positiva alta, aceptándose la hipótesis 3. Advirtiéndose que la preparación y formación permanente de los colaboradores tiende a asegurar una buena calidad del servicio.
4. Se observó que las condiciones de trabajo con el 100.0% incidió en la calidad del servicio del 55.2%, corroborándose con  $p(\text{Rho}) = 0.941$ , manifestándose una correlación y/o asociación positiva muy alta y muy significativa, aceptándose la hipótesis 4. Percibiendo que facilidades de mobiliario y equipo para el desarrollo de sus funciones favorecen en un buen servicio al ciudadano.
5. Se determinó que los estímulos institucionales con 100.0% de las contestaciones tuvieron incidencia en la calidad del servicio del 55.2%, corroborándose con el coeficiente del Rho de Spearman de 0.942, expresando una correlación y/o asociación positiva muy alta, de nivel muy significativa entre la variable 1 y variable 2; aceptándose la hipótesis 2. Entendiéndose que los estímulos tangibles e intangibles que se brindan a los colaboradores conllevan a lograr excelencia en el servicio a los pobladores de la provincia de Tumbes.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Las autoridades municipales deben formular un programa de incentivos económicos para brindarles a los trabajadores de la municipalidad Provincial de Tumbes, con el propósito de mejorar su nivel de vida y esto redunde en la mejora de la calidad del servicio.
2. Los directivos, funcionarios municipales deben aplicar sus habilidades blandas de solidaridad, amistad y de reconocimientos a los colaboradores por el desempeño de un trabajo efectivo que se expresará en una mejora calidad del servicio.
3. Es conveniente que las autoridades municipales, dentro su plan estratégico municipal, establezcan un programa de perfeccionamiento y actualización, para brindarle seguridad y confianza en la calidad de atención y servicio a los pobladores tumbesinos.
4. Las condiciones de trabajo deben ser apropiadas en cada puesto de trabajo a fin de que sirva de estímulo para el desempeño efectivo de sus funciones, teniendo como respuesta un excelente servicio.
5. Las autoridades municipales deben establecer un programa de incentivos tangibles e intangibles y de acuerdo a las necesidades de los colaboradores brindarles de manera adecuada el incentivo, con el propósito de incrementar el nivel de productividad laboral, manteniendo y/o mejorando la calidad del servicio.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Alazraki, R. (2007). El taller del escritor universitario. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Alcaide, J. C. (2016). Fidelización de clientes. Madrid: ESIC. Editorial.
- Alderfer, C. (1972). Existence, Relatedness, and Growth: Human Needs in Organizational Settings. Nueva York: Free Press.
- Alonso, J. (2004). El desarrollo como proceso abierto del aprendizaje. *European Journal of Development Research* Vol. 16, 845-867.
- Alvitez Suarez, F. W., & Ramirez Cavero, M. A. (2013). Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer. Trujillo: Repositorio Universidad Privada Antenor Orrego.
- Amavizca, P. F. (2012). Guía para elaborar un programa de incentivos en base de las necesidades personales, y con ello, incrementar la productividad de las Pymes en México". México, D.F: Universidad Nacional autónoma de México.
- Arbañil, C. K. (2019). "La Calidad de servicio como Efecto de Motivación Institucional en el área comercial de la empresa Aseguradora Pacifico Seguros". Lima, Perú: Universidad Tecnológica del Norte.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación - Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme, C.A.
- Baena, P. G. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: Grupo Editorial Patria S. A. de C.V.
- Baquero, R., y Limón Luque, M. (2001). Introducción a la Psicología del aprendizaje escolar. Argentina: UNQ.
- Barro, M. E., y Jimenez, E. (1998). Como dominar la Relaciones empresariales. España: Editorial Playor SA.
- Bernal. (2016). Metodología de la investigación. México: Pearson - Prentice Hall.
- Blanco Pineros, J. (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor. Bogota: Repositorio Pontificia Universidad Javeriana.

- Bohlander, G., Sherman, A., y Snell, S. (2003). *Administración de recursos humanos*. Madrid: International Thomson Editores.
- Boza, C., Pérez, R. J., y León, L. J. (2016). *Introducción a las técnicas de muestreo*. Madrid: Pirámide.
- Carrasco, D. S. (2019). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: Talleres gráficos San Marcos.
- Caso, A. (2003). *Sistema de incentivos a la Producción*. Madrid: Fundación Confemental.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de recursos humanos*. (2da ed). México: McGrawHill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: Mac Graw Hill.
- Dessler, G. (1997). *Human Resource Management*. Nueva York: Prentice-Hall.
- Fernández, E., Avella, L., & Fernández, M. (2003). *Estrategia de producción*. Madrid: McGraw Hill/ Interamericana.
- Figueroa, H. A., y Ramírez, C. A. (2004). *Administración de servicios de información*. México: Dgapa.
- Fuentes Dios, C. (2002). *El servicio de atención al cliente y su satisfacción en Hidrandina*. Trujillo: Repositorio Universidad Privada Antenor Orrego .
- García, J. (2005). *Organización y Dirección de Empresas*. España: Editorial Thomson Editoriales Spain Paraninfo .
- Gómez Mejía, L., Balkin, D., & Cardy, R. (2001). *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*. España: Pearson.
- Grewal, D., y Parasuraman, A. (2000). The impact of technology and the quality-value-loyalty chain. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its market implications. *European Journal of Marketing*, Vol. 18 , 36-44.
- Gullermo Rivas, J. E. (2005). *Los incentivos laborales y el desempeño del personal de los Call Center de grupos financieros*. Guatemala: Repositorio Universidad Rafael Landívar.
- Guzmán, P., y Olave, S. (2004). *Análisis de la motivación, incentivos y desempeño en dos empresas Chilenas* . Santiago: Repositorio Universidad de Chile.
- Hernández, A. (2012). *Manual Calidad De Servicio Y Atención Al Cliente*. Madrid: Mac. Madrid: McGrawHill.

- Hernández, R., Fernández, C. C., & Baptista, L. F. (2014). Metodología de la investigación. DF. México: Mc. Graw Hill Companies, Inc.
- Herzberg, F. (2001). Una vez más: Cómo se motiva a los. Revista Hitos de la Gestión Empresarial.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Boletín Especial N° 26: Perú, Proyecciones de poblaciones, Según departamento, provincia y distrito, 2018 . 2020Censos Nacionales IV de población, XII de Vivienda y II de Comunidades Indígenas. Lima, Perú.
- Ivancevich, J. M., Lorenzi, P., Skinner, S., & Crosby, P. B. (1996). Gestión: Calidad y competitividad. México: IRWIN.
- Koontz, H., y Weihrich, H. (2013). Administración: elementos de Administración: Un enfoque internacional y de innovación. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. (2010). Mercadotecnia. México: McGraw Hill.
- Krajewski, L., y Ritzman, L. (2003). Administración de operaciones, estrategias y análisis. México: Pearson Educación.
- Lamadrid, V. C. (2020). Influencia de la motivación en la satisfacción laboral de los trabajadores, Unidad de Gestión Educativa Local, Zarumilla, Región Tumbes, 2018. Tumbes, Perú: Universidad Nacional de Tumbes.
- Ley Organica de Municipalidades, . (Mayo de 2003). Ley 27972. Lima, Perú: Diario El Peruano.
- Martin Pérez, V., Martin Pérez, N., & Gomez Barahona, J. H. (2008). Evaluación del rendimiento y sistemas de incentivos en las entidades sin fines de lucro. Anuales de Estudios Economicos y Empresariales, Vol. XVIII, 225-262.
- Maslow, A. (2007). Una teoría de la Motivación Humana. En. España: McKinsey & Company Ediciones Apóstrofe.
- McClelland, D. (1989). Estudio de la motivacion humana. Madrid: Narcea Ediciones.
- McGregor, D. (1960). The Human Side of Enterprise. Nueva York: McGraw-Hill.
- Meyers, F. (2004). Estudio de tiempos y movimientos para la manufactura ágil. México: Pearson Education.
- Morlote, N., y Celiseo, R. (2004). Metodología de la investigación. México: Mc. Graw Hill.
- Munch, L., y Ángeles, E. (2012). Metodología y tecnicas de investigación. México: Trillas.
- Niño, R. V. (2019). metodología de la investigación. Colombia: Ediciones de la U.

- Parella, S. S., y Martins, P. F. (2002). Metodología de la investigación cuantitativa. Venezuela: FEDUPEL.
- Palomino , M. Z. (2018). Incentivos Laborales y Desempeño Profesional de los trabajadores del servicio de Administración Tributaria de Huamanga 2018. Perú: Universidad César Vallejo.
- Pérez Torres , V. (2006). Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. España: Ideaspropias.
- Pérez, L., Pérez, R., y Seca, M. V. (2020). Metodología de la investigación científica. Buenos Aires: Maipue.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. México: Pearson.
- Rojas , N. R. (2020). Motivación y calidad de servicio percibida por el cliente interno en un supermercado en la Ciudad de Lima. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porras.
- Satey de León, E. P. (2014). Incentivos laborales y clima organizacional. Quetzaltenango, Guatemala: Repositorio Universidad Rafael Landívar .
- Sherman, A., y Chruden, H. (1999). Administracion de Personal. México: Compañía Editorial Continental.
- Soto, E. (2001). Comportamiento Orgnaizacional: Impacto de emociones. Mexico: Ediciones Paraninfo.
- Stevenson, N. (2000). La motivación del personal de su empresa. España: Prentice Hall.
- Thomas, K. (2005). La motivacion Intrinseca en el trabajo. Madrid: Editorial Universitaria Ramon Areces.
- Vargas Quiñones , M. E., y Aldana de Vega, L. (2006). Calidad y Servicio. Bogotá: Ecoe.
- Vertice. (2008). Retribucioon de Personal. Malaga, España: Vertice.
- Werther, W. J.,y Davis, H. (1995). Administración de Personal y Recursos Humanos. Mexico: McGrawHill.
- Zeithaml, V., Bitner, M., y Gremler, D. (2009). Marketing de Servicios. Ciudad de Mexico: McGraw-Hill.

## VIII. ANEXOS



### Anexo 1: Matriz de consistencia

#### Título: Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variabes	Tipo de investigación
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la incidencia de la dimensión dinero respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes?</li> <li>¿Cuál es la incidencia de la dimensión reconocimiento respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes?</li> <li>¿Cuál es la incidencia de la dimensión capacitación respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes?</li> <li>¿Cuál es la incidencia de la dimensión condiciones laborales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes?</li> </ol>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la incidencia de los estímulos institucionales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022..</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Describir la incidencia de la dimensión dinero respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes</li> <li>Describir la incidencia de la dimensión reconocimiento respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</li> <li>Describir la incidencia de la dimensión capacitación respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</li> <li>Describir la incidencia de la dimensión condiciones laborales respecto a la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</li> </ol>	<p><b>Hipótesis general</b> H<sub>A</sub>: La incidencia de los estímulos institucionales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022. H<sub>0</sub>: La incidencia de los estímulos institucionales no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p><b>Hipótesis específicas 1:</b> H<sub>A</sub>: La incidencia del dinero es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes. H<sub>0</sub>: La incidencia del dinero no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</p> <p><b>Hipótesis específicas 2:</b> H<sub>A</sub>: La incidencia del</p>	<p><b>Variable 1:</b>  <b>Incentivo institucional</b></p> <p><b>Variable 2:</b>  <b>Calidad del servicio</b></p>	<p>Descriptivo-correlaciona</p> <p>Enfoque Cuantitativa</p> <p>Diseño no experimental y transversal</p>

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Tipo de investigación
		<p>.H<sub>0</sub>: La incidencia de reconocimiento no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas 3:</b></p> <p>H<sub>A</sub>: La incidencia de la capacitación es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</p> <p>H<sub>0</sub>: La incidencia de la capacitación no es positiva y ni significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</p> <p><b>Hipótesis específicas 4:</b></p> <p>H<sub>A</sub>: La incidencia de las condiciones laborales es positiva y significativa en la calidad del servicio de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</p> <p>H<sub>0</sub>: La incidencia de las</p>		

## Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Título: Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
<p><b>Variable 1:</b> Incentivos institucionales</p>	<p>Dessler (1997), "los incentivos pueden ser algo que incita o que tiene una tendencia a incitar a la acción. Los incentivos son los motivos e inducciones destinadas a aumentar o mejorar la producción"</p>	<p>Se midieron los resultados de los estímulos, con sus dimensiones dinero, reconocimientos, capacitación y condiciones laborales, empleándose la técnica de la encuesta y aplicándose como instrumento de medición un cuestionario, estructurado con 12 ítems en escala de Likert: Totalmente de acuerdo (TA), "5"; De acuerdo (DA), "4", Indeciso (I), "3" y En Desacuerdo, (D), "2", Totalmente en desacuerdo (TA), "1", a 36 trabajadores administrativos de la, en su puesto de trabajo, en horario de trabajo</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dinero</li> <li>2. Reconocimiento</li> <li>3. Capacitación</li> <li>4. Condiciones laborales</li> </ol>	Cuestionario	<p>Escala de Likert</p>
<p><b>Variable 2:</b> Calidad dl servicio</p>	<p>"Es la conformidad de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente" (Ivancevich, 1996, p. 618)</p>	<p>Se midió el resultado de la calidad del servicio, considerando elementos tangibles, capacidad de respuesta, profesionalidad y empatía, empleándose la técnica de la encuesta y aplicándose un cuestionario, como instrumento de medición, con 12 ítems en escala de Likert:" Totalmente de acuerdo (TA), "5"; De acuerdo (DA), "4", Indeciso (I), "3" y En Desacuerdo, (D), "2", Totalmente en desacuerdo (TA), "1", a los 96 pobladores de la provincial de Tumbes, en su domicilio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elementos tangibles</li> <li>2. Capacidad de respuesta</li> <li>3. Profesionalidad</li> <li>4. Empatía</li> </ol>	Cuestionario	<p>Escala de Likert</p>

### Anexo 3: Personal que labora en MPT

<b>Alta Dirección</b>		22
Alcaldía	6	
Gerencia Municipal	3	
OCI	4	
Procuraduría	4	
Asesoría Legal	5	
<b>Asesoramiento</b>		12
Planificación y Presupuesto	2	
Cooperación Técnica	4	
Presupuesto	2	
Racionalización	2	
OPI – Inversiones	2	
<b>Órganos de apoyo</b>		122
Secretaría General	4	
Trámite Documentario	5	
Imagen y RR.PP.	4	
Gerencia de Administración	5	
Sub Gerencia de Personal	8	
Abastecimiento	18	
Contabilidad	8	
Tesorería	9	
Estadística e Informática	4	
Gerencia de Rentas	3	
Administración Tributaria	12	
Sub Gerencia de Recaudación	18	
Sub Gerencia de Fiscalización	14	
Ejecución Coactiva	10	
<b>Gerencia de Desarrollo Económico Local y M.A</b>		132
Gerencia Desarrollo Local y M.A.	4	
Comercialización y Desarrollo	11	
Limpieza Pública	14	
Turismo	2	
<b>Gerencia de Seguridad Ciudadana</b>		
Seguridad Ciudadana y Serenazgo	5	
Defensa Civil	6	
Policía Municipal	2	
<b>Gerencia de Desarrollo Social</b>		
Gerencia de Desarrollo Social	3	
Educación, Cultura y Deporte	13	
Registro Civil	8	
Demuna	4	
Bienestar Social y Desarrollo C.	9	
<b>Gerencia de Programas Alimentarios</b>		
Programas Alimentarios	3	
Vaso de Leche	8	
Comedores	7	

Nutrición Infantil	9	
Protección Familiar	24	
<b>Gerencia de Infraestructura y DU</b>		
Gerencia de Infraestructura y DU	3	56
Obras Públicas y Catastro	5	
Estudios Técnicos	6	
Acondicionamiento Territorial	4	
Maquinaria Pesada	21	
Transporte y Seguridad Vial	17	
<b>TOTAL</b>		

Fuente: Sub Gerencia de Personal – MPT - 2022

## Anexo 4: Cuestionario de la variable Incentivos institucionales

### I. Presentación:

El presente cuestionario tiene como objetivo principal obtener información que apoye la investigación sobre: **“Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022”**. Por lo tanto el cuestionario tiene una naturaleza confidencial y será utilizada únicamente para dicha investigación. Se le solicita cordialmente dar su opinión sobre la veracidad de los siguientes enunciados según su experiencia en esta institución.

A continuación, encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados a la variable incentivos institucionales, las cuales se aplicarán a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Cada una de las proposiciones tiene cinco opciones para responder de acuerdo a lo que describa e identifique los Incentivos institucionales. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas.

Totalmente de acuerdo (TA)	= 5
De acuerdo (DA)	= 4
Ni de acuerdo, ni desacuerdo (I)	= 3
En desacuerdo (ED)	= 2
Totalmente en desacuerdo (TD)	= 1

### II. Datos generales:

#### 1. Sexo:

a. Masculino ( )      b. Femenino ( )

#### 2. Cargo que Ocupa dentro de la empresa:

\_\_\_\_\_

Tiempo de labor dentro del a empresa: \_\_\_\_\_

Nº	ITEM	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
	<b>Dinero</b>					
1	La institución estimula con bonificaciones por hacer la calidad de trabajo					
2	Las bonificaciones y estímulos dinerarios cubren las expectativas económicas					
3	La remuneración que percibo es justa					
	<b>Reconocimiento</b>					
4	La institución me ofrece oportunidades de perfeccionamiento					
5	Mi Jefe me felicita por los logros alcanzados positivos en mi desempeño laboral					
6	La Institución apoya el plan de la carrera administrativa					
	<b>Capacitación</b>					
7	Se recibe la capacitación especializada para mejorar el trabajo					
8	La institución cuenta con una política de inducción para la identificación institucional					
9	La capacitación genera competencia para un trabajo efectivo					
	<b>Condiciones laborales</b>					
10	Los ascensos y promociones se otorgan por el mejor desempeño laboral efectivo					
11	La institución brinda los medios necesarios para la ejecución del trabajo asignado					
12	El jefe da instrucciones y ordenes claras al asignar el trabajo.					

## Anexo 5: Cuestionario de la variable calidad del servicio

### I. Presentación:

El presente cuestionario tiene como objetivo principal obtener información que apoye la investigación sobre: **“Incentivos institucionales y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022”**. Por lo tanto el cuestionario tiene una naturaleza confidencial y será utilizada únicamente para dicha investigación. Se le solicita cordialmente dar su opinión sobre la veracidad de los siguientes enunciados según su experiencia en esta institución.

A continuación, encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados a la variable calidad del servicio, las cuales se aplicaran a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Cada una de las proposiciones tiene cinco opciones para responder de acuerdo a lo que describa e identifique los Incentivos institucionales. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas.

Totalmente de acuerdo (TA)	= 5
De acuerdo (DA)	= 4
Ni de acuerdo, ni desacuerdo (I)	= 3
En desacuerdo (ED)	= 2
Totalmente en desacuerdo (TD)	= 1

### Datos generales:

#### 1. Sexo:

a. Masculino ( )      b. Femenino ( )

#### 2. Cargo que ocupa dentro de la institución:

---



N°	ITEMS	TA	A	I	D	TD
		5	4	3	2	1
	<b>Elementos tangibles</b>					
1	La municipalidad cuenta con máquinas, equipos y procesos de apariencia moderna.					
2	Las instalaciones físicas y elementos materiales de la municipalidad para brindar el servicios son visualmente atractivas					
3	Los empleados de la institución tienen apariencia pulcra.					
	<b>Capacidad de respuesta</b>					
4	Cuando un cliente tiene un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo.					
5	Los empleados de la municipalidad que brinda el servicio siempre están predispuestos a ayudar a sus clientes.					
6	Los empleados cumplen con lo prometido y los plazos establecidos en las normas,					
	<b>Profesionalidad</b>					
7	El personal tiene competencias para el desempeño de sus funciones					
8	El servicio que ofrecen al público satisface sus expectativas.					
9	El comportamiento de los empleados de la oficina transmite confianza a sus clientes.					
	<b>Empatía</b>					
10	El personal expresa amabilidad y consideración durante la prestación del servicio al usuario.					
11	Los empleados comunican a los usuarios externos cuando concluirá la realización del servicio.					
12	Los empleados escuchan activamente a los requerimientos de los usuarios					

Muchas gracias

## Anexo 6: Solicitud de autorización

SECRETARÍA DE GOBIERNO MUNICIPAL DE TUMBES  
TRAMITE DOCUMENTARIO  
MESA DE RECEPCION  
FECHA DE INGRESO  
25 OCT 2022  
02  
24989  
10.21  
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Tumbes, 25 octubre 2022.

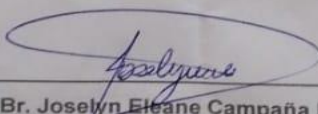
**Carta N° 05 - 2022/JECH**  
Señor : Dr. Jimmy Silva Mena  
Alcalde de la Municipalidad Provincial de Tumbes  
**Asunto : Solicito autorización para ejecución de tesis.**

Tengo el agrado de saludarlo muy cordialmente y hacerle de conocimiento que la suscrita, egresada de la Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, en su propósito de optar el grado académico de maestro en Gestión Pública, ha presentado un proyecto de tesis: **"Incentivos institucionales y calidad del servicio al usuario externo de la Municipalidad provincial de Tumbes, 2022"**; para su ejecución es necesario contar con información pertinente como la PEA de su personal (Número de trabajadores: funcionarios, directivos, profesionales, técnico y auxiliares); Asimismo se requiere aplicar encuestas de las variables en estudio: incentivos institucionales y calidad del servicio.

En tal sentido Señor alcalde, solicito a usted la debida autorización, para obtener la información descrita y de esta manera alcanzar mi propósito académico.

Conocedor de alto espíritu de colaboración, me despido, agradeciéndole por anticipado por su valioso apoyo.

Atentamente,

  
Br. Joselyn Eleane Campaña Hidalgo  
DNI N° 46317324  
Tesisista

## Anexo 7: Respuesta a solicitud de autorización

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TUMBES SUB GERENCIA DE PERSONAL

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

Tumbes, 18 de noviembre del 2022

CARTA N° 100 -2022/MPT/G.ADM-SGPER-OI-ITN.  
Señor (a):  
CAMPAÑA HIDALGO JOSELYN ELEANE  
Dirección: Jr. Juan de Dios García N° 149- Tumbes.

CIUDAD. -  
ASUNTO : INFORMO SEGÚN LO SOLICITADO.  
REFERENCIA : a) Solicitud Reg. N°24989-2022.

De mi consideración:

Por medio del presente me dirijo a Usted, para saludarlo cordialmente y a su vez, informarle en atención al documento de la referencia, donde SOLICITA Autorización para contar con información pertinente como la PEA, así mismo aplicar encuestas de las variables en estudios (Incentivos Institucionales y calidad de vida), Proyecto de tesis denominado: **Incentivos Institucionales y calidad del servicio al usuario externo de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022.**

En atención a lo antes expuesto, se le otorgara las facilidades para que realice su ENCUESTA a los trabajadores de esta Municipalidad Provincial de Tumbes, en atención a su proyecto de Tesis de denominado: **Incentivos Institucionales y calidad del servicio al usuario externo de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2022;** debiendo cumplir con las restricciones vigentes, aforo, Carnet de Vacuna, etc; otorgando las facilidades para su investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TUMBES  
ABOG. TOSHIO TAKAESU NOLFI  
SUB GERENTE DE PERSONAL

Tumbes, rumbo al Bicentenario. Jr. Bolagnesi 197 / Centro Cívico  
www.munitumbes.gob.pe

## Anexo 8: Fiabilidad de la variable incentivos institucionales

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,797	,802	12

### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	4,414	4,194	4,611	,417	1,099	,012	12
Varianzas de elemento	,396	,244	,733	,488	2,997	,028	12
Covarianzas entre elementos	,098	-,209	,519	,728	-2,487	,022	12

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
52,97	17,628	4,199	12

### Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
La institución estimula con bonificaciones por hacer la calidad de trabajo	4,33	,676	36
Las bonificaciones y estímulos necesarios cubren las expectativas económicas	4,44	,735	36
La remuneración que percibo es justa	4,42	,500	36
La institución me ofrece oportunidades de perfeccionamiento	4,42	,554	36
Mi Jefe me felicita por los logros alcanzados positivos en mi desempeño laboral	4,39	,766	36
La Institución apoya el plan de la carrera administrativa	4,31	,577	36
Se recibe la capacitación especializada para mejorar el trabajo	4,47	,506	36
La institución cuenta con una política de inducción para la identificación institucional	4,19	,856	36
La capacitación genera competencias para un trabajo efectivo	4,56	,504	36
Los ascensos y promociones se otorgan por el mejor desempeño laboral efectivo	4,61	,494	36
La institución brinda los medios necesarios para la ejecución del trabajo asignado	4,42	,732	36
El jefe da instrucciones y ordenes claras al asignar el trabajo	4,42	,500	36

## Anexo 9: Fiabilidad de la variable calidad del servicio

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,764	,767	12

### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	4,433	4,229	4,625	,396	1,094	,015	12
Varianzas de elemento	,389	,242	,747	,505	3,091	,022	12
Covarianzas entre elementos	,082	-,237	,536	,772	-2,264	,020	12

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
53,20	15,550	3,943	12

### Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
La misión y visión de la empresa expresan su razón de ser de la empresa	4,43	,677	96
Actúo de acuerdo con los principios de la ética profesional	4,61	,622	96
La institución se desarrolla con los cambios que exige el mundo actual	4,40	,492	96
Se practica en la institución los valores como puntualidad, responsabilidad y solidaridad.	4,45	,521	96
Propicia el respeto con los demás trabajadores de su institución	4,51	,711	96
Asumo con responsabilidad las tareas asignadas por el jefe inmediato superior	4,23	,589	96
Los miembros cooperan y colaboran con los procesos de interacción y construcción de la institución	4,36	,564	96
Cumplo con el horario establecido y registro puntualidad.	4,27	,864	96
El personal se identifica con la historia, las anécdotas de la institución	4,53	,502	96
Cumplo con el horario establecido y registro puntualidad	4,63	,508	96
En su labor, le dan a conocer lo bien que está desarrollando su trabajo y sus resultados	4,43	,722	96

El trabajo que Ud., realiza, está especificado en el Manual de Organizaciones y funciones	4,35	,598	96
---	------	------	----



## Anexo 10: Rho de Spearman y significancia

“La significancia de la hipótesis se determinará con la aplicación del coeficiente Rho de Spearman, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), precisan que el Rho de Spearman es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal; los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos”. “Asimismo, se interpreta su significancia igual que Pearson y otros valores estadísticos. En su interpretación: el coeficiente  $r$  de Pearson puede variar de  $-1.00$  a  $+1.00$ , donde:  $-1.00$  = correlación negativa perfecta”. (“A mayor  $X$ , menor  $Y$ ”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que  $X$  aumenta una unidad,  $Y$  disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor  $X$ , mayor  $Y$ ”. (“A mayor  $X$ , mayor  $Y$ ” o “a menor  $X$ , menor  $Y$ ”, de manera proporcional. Cada vez que  $X$  aumenta,  $Y$  aumenta siempre una cantidad constante. (pp. 305 y 322). “De acuerdo con estos indicadores la hipótesis será positiva y significativa si está comprendida entre el rango positivo”.

“En estadística, el,  $\rho$ (rho) es una medida de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias (tanto continuas como discretas). Para calcular  $\rho$ , los datos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden. La interpretación del coeficiente rho de Spearman concuerda en valores próximos a 1; indican una correlación fuerte y positiva. Valores próximos a  $-1$  indican una correlación fuerte y negativa. Valores próximos a cero indican que no hay correlación lineal. Puede que exista otro tipo de correlación, pero no lineal. correlación de Spearman suele utilizarse para evaluar relaciones en las que intervienen variables ordinales”. (Spearman, 1927)

*Coefficiente de correlación de Spearman*

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
• <b>-1</b>	• Correlación negativa grande y perfecta.
• <b>-0.9 a - 0.99</b>	• Correlación negativa muy alta.
• <b>-0.7 a - 0.89</b>	• Correlación negativa alta.
• <b>-0.4 a - 0.69</b>	• Correlación negativa moderada.
• <b>-0.2 a - 0.39</b>	• Correlación negativa baja.
• <b>-0.01 a - 0.19</b>	• Correlación negativa muy baja.
• <b>0</b>	• Correlación nula.
• <b>0.01 a 0.19</b>	• Correlación positiva muy baja.
• <b>0.2 a 0.39</b>	• Correlación positiva baja
• <b>0.4 a 0.69</b>	• Correlación positiva moderada.
• <b>0.7 a 0.89</b>	• Correlación positiva alta.
• <b>0.9 a 0.99</b>	• Correlación positiva muy alta.
• <b>1</b>	• Correlación positiva grande y perfecta.

Fuente: Spearman (1927)

La hipótesis se comprobará con el Rho de Spearman se considerará positiva si se encuentra en el rango de 0.01 a 1.” Si es 1 la correlación es positiva grande y perfecta; de 0.90 a 0.99, correlación positiva muy alta; de 0.7 a + 0.89, de correlación positiva alta; de 0.4 a 0,69 correlación positiva moderada; de 0.2 a 0.39 correlación positiva baja; de 0.01 a 0.19 correlación positiva muy baja y será significativa cuanto más se aproxime a 1”.

*Niveles de significancia para comprobación de hipótesis*

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
• <b>± 0.01 a ± 0.25</b>	• No es significativo
• <b>± 0.26 a ± 0.50</b>	• Poco significativo
• <b>± 0.51 a ± 0.75</b>	• Significativo
• <b>± 0.76 a ± 1</b>	• Muy significativo

Según los parámetros establecidos por el investigador se menciona que se considerará muy significativo si se encuentra en el rango de  $\pm 0.76$  a  $\pm 1$ ; asimismo indica que si el rango se encuentra entre  $\pm 0.51$  a  $\pm 0.75$  será significativo, además si el rango se encuentra entre  $\pm 0.26$  a  $\pm 0.50$  será considerado poco significativo, de tal manera si el rango se encuentra entre  $\pm 0.01$  a  $\pm 0.25$  no es significativo. (Spearman, 1927)

**Anexo 11: Evidencias de aplicación de encuestas**



**Toma fotográfica 2: Aplicando encuesta a pobladora tumbesina, respecto a la calidad del servicio**

